INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS
Programa Interamericano de Información Popular

TELEVISION
PARA PROGRAMAS DE INFORMACION

Preparado por:
H. Schuyler Bradt, Jr.
Director, PIIP

Curso Básico de Información
Julio - Noviembre, 1959

TELEVISION PARA PROGRAMAS DE INFORMACION

I. VENTAJAS Y LIMITACIONES

1. Ventajas

A. Es el medio más efectivo de comunicación.

B. Las emisiones de circuito cerrado dirigidas a escuelas rurales pueden aprovechar ampliamente a los educadores más capacitados.

2. Limitaciones

A. En América Latina, la mayoría de la gente a la que queremos alcanzar no tiene dinero para comprar un receptor de televisión.

B. Las emisiones de televisión se operan, más o menos, en una línea recta visible; por eso los terrenos montañosos limitan su dirección y alcance.

C. Las emisiones de televisión son caras y requieren de personal idóneo.

D. Es costoso construir y operar estaciones de televisión; por esta razón, es necesario para las estaciones particulares vender tiempo de emisión a anunciadores comerciales. Esto significa que la mayor parte del tiempo más apropiado para que el público vea programas, se vende o se espera vender a un precio relativamente alto para los anunciantes.

E. A cualquier hora del día, dos o más estaciones de televisión están en competencia para captar la atención del público. Como resultado, puede esperarse que el público prefiera ver los programas más interesantes. Los programas agrícolas, en el pasado, fallaron porque perdieron interés debido a la falta de imaginación y de habilidad con que fueron hechos.

II. PLANEAMIENTO DEL PROGRAMA

1. Consideraciones de Tiempo y de Espacio

Al planear y producir programas de televisión, deben tenerse muy en cuenta las limitaciones de tiempo y de espacio. El programa no puede prolongarse ni acortarse fuera del tiempo que se le ha asignado en el aire. También hay límites definidos de tiempo y de espacio en el uso del estudio para los ensayos.

El tiempo restringe el número de personas por vez que se puede emplear efectivamente. Tres personas ante la cámara al mismo tiempo, es el máximo para la mayoría de los programas. Toma tiempo identificar cada persona conforme se presenta ante la cámara y alejarla de ella graciosamente y con soltura. También le toma tiempo a una persona justificar su aparición en el programa.

Las limitaciones de espacio determinan el área que puede ser cubierta por la cámara de televisión y la superficie de estudio de que debe disponerse. Las cámaras se pueden mover hacia arriba y hacia abajo, hacia atrás y hacia adelante, y de un lado a otro. Hay considerable flexibilidad en la grúa que sostiene el micrófono, pero el área que ambos pueden cubrir es limitada.

Las limitaciones de espacio también afectan las técnicas de producción. Las demostraciones hechas sobre mesas pueden aparecer desordenadas a menos que se hayan previsto recursos para eliminar ese desorden. Los artículos individuales pueden perder su identidad en tales demostraciones. Esto se puede evitar empleando una bandeja para acercar a la cámara o alejar de ella los objetos más pequeños. También se puede usar una mesa larga, sobre la cual pueden exponerse los pasos sucesivos de la demostración. Otro medio de evitar confusión es hacer que un asistente ponga y quite los artículos conforme estos se vayan a utilizar. De toda forma, el demostrador debe estructurar su exposición partiendo de lo simple hacia lo complejo y conservando, en ese proceso, la identidad individual de cada objeto.

2. El Productor

Los programas de televisión que logran éxito son resultado de un proceso cuidadoso que requiere de mucha gente competente en varias artes y ciencias; pero debe haber un individuo que tenga autoridad general para escoger el contenido del programa y para determinar la forma en que éste se ha de mostrar. Esta persona es el "productor".

3. El Público

Al igual que los programas de radio, los programas de las diferentes estaciones de televisión están en competencia para atraer la atención del público; además éste atiende a determinado programa en su receptor de televisión, rodeado de otras distracciones. Para informar e instruir a un público que no está particularmente interesado en aprender, y cuando esto compite para atraer su atención, se requiere habilidad, imaginación y buena aptitud demostrativa. Al planear su programa debe tener en mente cuál es la gente que desea alcanzar. La hora de emisión será un factor importante para determinar cuál será su público.

4. Hora del Día

A menudo las estaciones de televisión ofrecen tiempo libre como un servicio público. Este tiempo, por lo general no es el mejor desde el punto de vista del horario, ya que las horas de emisión mejor cotizadas se reservan para programas comerciales pagados. La hora es aún más importante en los programas de televisión que en los de radio, porque la televisión exige atención visual y auditiva. Si un programa se destina a las mujeres, por ejemplo, debe presentarse a la hora en que ellas están menos ocupadas. Si es para hombres, no debe televisarse en horas laborables.

En las operaciones prácticas debe haber un "campo intermedio" entre el tiempo que se desea y el que la estación puede ofrecer. Es importante recordar que la hora de emisión determina, la mayor parte de las veces, el tipo de público. Por tanto debe ajustarse a ese factor el tema del programa así como su tratamiento.

5. Duración del Programa

Los períodos de tiempo en televisión, generalmente se dividen en programas de cuartos y medias horas. Esto a menudo significa que hay 13 ó 27 minutos, según el caso, de tiempo real de emisión del programa, si se toma en cuenta el tiempo necesario para los anuncios comerciales y la identificación de la estación emisora.

Es obvio que el tiempo disponible será el que decida el contenido y el formato del programa. Pero independientemente del tema o de su formato, el productor listo no permitirá que se acumule una gran cantidad de material en un espacio corto.

Todo programa debe ser tan corto y tan simple como sea posible hacerlo sin que deje de ser efectivo. Debe incluir una sola idea expuesta en forma simple y directa y expresada en forma repetida pero no monótona..Si la secuencia es muy larga para el tiempo disponible, siempre habrá una forma mucho más simple y corta y probablemente más efectiva de hacerlo. Si debe llenarse más tiempo, haga dos secuencias, o tres, desarrollando la idea a fondo y tan simplemente como se pueda.

6. Facilidades de la Estación.

Después de decidir la hora, el día de la semana, y la duración del programa, hay que pensar en las facilidades de la estación. El formato del programa depende hasta cierto grado del equipo disponible en la estación. Es importante saber con cuántos escenarios se cuenta y de qué tipo son. La mayor parte de las estaciones están limitadas a unos pocos escenarios de tipo standard, aunque algunos estudios grandes tienen escenarios complejos y caros.

Para programas educacionales de bajo costo, se ha encontrado que es práctico, por su flexibilidad, usar un escenario abstracto (una superficie lisa y neutra o un decorado de cortinaje simple complementado por una mesa). Por ejemplo, un escenario de cocina se limitará principalmente, a la demostración de cómo preparar alimentos y tendrá por lo tanto un uso limitado.

Para tales escenarios especiales, debe ponerse cuidadosa atención a sus diversos elementos integrantes, asegurándose de que todos los utensilios necesarios se han incluido, y que las cosas que normalmente no se encuentran en el cuarto se han excluido. Es importante recordar que el tamaño del escenario indica la cantidad y tamaño del equipo que usted puede usar.

Otro factor que debe tomarse en cuenta es el equipo técnico. El número de cámaras disponibles para el programa y las facilidades para proyectar películas, transparencias, y materiales opacos, tienen una importancia directa para determinar lo que puede lograrse en materia de producción y de variedad de programas. Si una secuencia precisa de proyecciones cinematográficas y de transparencias que deben insertarse dentro de un programa vivo, la estación debe tener equipo de proyección disponible para estos propósitos.

Conociendo exactamente lo que técnicamente se puede y no se puede realizar, se eliminará trabajo innecesario y disgustos.

7. Accesorios

El término "accesorios" en televisión significa todos los artículos pequeños que se necesitan para la realización del programa en si. Incluye también algunas cosas como signos y carteles, que pueden ser proporcionados por el dibujante del estudio o por la institución interesada. Casi todas las estaciones mantienen un cuarto de accesorios; unos mucho más complicados que otros. En el cuarto de accesorios se encontrarán muchos de los pequeños artículos que se incluyen en cualquier escena para hacerla familiar, estos artículos generalmente los suministra la estación sin costo. Sin embargo, los programas agrícolas a menudo requieren equipo que no se encuentra en la estación. Algunas cosas como herramientas de jardín, cajas de basura, y aparatos para enlatar, generalmente deben ser suministrados por el productor. Si un actor debe usar un lápiz, leer un periódico, o usar cualquier otro artículo pequeño, el productor debe responsabilizar a alguna persona de tener disponibles estos artículos en el escenario a la hora de la actuación.

8. Conferencia del Director

Probablemente el individuo más importante para el productor es el "director" asignado por la estación de televisión para poner el programa en el aire. El director es responsable de coordinar un equipo de técnicos que lo asistirá para hacer la emisión. Es absolutamente necesario que él comprenda lo que se va a hacer y la forma y secuencia en que la acción se va a desarrollar. El director forma parte del personal de la estación y es un técnico con habilidad y experiencia.

La experiencia indica que la entrevista con el director es necesaria para planear los programas detalladamente. A la hora de hacerse los arreglos para iniciar un programa, o tan luego de ello como fuera posible, es aconsejable averiguar cuál será el director asignado a producir el programa o la serie de programas. Tenga una entrevista con este director y analice con él el programa en detalle, según se lo planea. Haga que él le bosqueje el escenario o escenarios y que indique el equipo a usarse, el número de cámaras disponibles y el horario de ensayos. Tan pronto como pueda, dele al director un guión o un bosquejo para que él mismo pueda planear por anticipado. Esto hace posible que el director anticipe dificultades de producción cuando todavía es posible hacer cambios.

9. Presupuesto

En la televisión agrícola y educativa, el presupuesto determina qué puede hacerse y qué no puede hacerse. Deben tomarse en cuenta dos presupuestos: el de la institución auspiciadora del programa y el de la estación emisora. Después de la conferencia con el director, el productor sabrá qué presupuesto tiene disponible la estación para el programa. La estación puede proporcionar los dibujos, los que a menudo pueden resultar de costo elevado. Quizá la estación puede suministrar películas de su filmoteca o también enviar a un camarógrafo a tomar las fotografías que se necesiten.

La programación efectiva de los programas de televisión conduce a una producción de bajo costo; letras simples, escenarios poco complicados, equipo sencillo. La mayor economía puede lograrse antes de que el programa comience siquiera a dejar de ser una pura idea.

Otra forma de ahorrar el dinero disponible por el productor es la estandarización. Por ejemplo, hay obviamente un ahorro en usar una imagen standard de apertura y cierre del programa siempre igual. Esta imagen es empleada continuamente, semana tras semana y forja la identificación del programa por el público.

Mientras el programa todavía esté en la etapa de planeamiento, deben averiguarse los diferentes costos, debe determinarse el número de personas que va a participar, y el tiempo estimado que deberán dedicarle al programa. Cuando se tengan estos datos y el horario esté listo, se puede fijar la conferencia de producción.

10. Conferencia de Producción.

En la preparación de la conferencia de producción, el productor adelanta lo más posible el trabajo preliminar antes de efectuarse la reunión en si. Esto incluye un bosquejo de lo que él quiere realizar en la reunión. Tendrá en su mente una buena idea del asunto que atraerá a los espectadores. Tendrá en mente varias ideas para la visualización, un plan tentativo para el formato, y tal vez un bosquejo preliminar para trabajar.

El productor generalmente invita a la conferencia a los especialistas de la materia, y, si está disponible, a una persona especializada en trabajo de información en ese campo; también invita al especialista en ayudas visuales, y a un asistente de producción.

Muy a menudo la fase más importante de un asunto desde el punto de vista del especialista en la materia no es el más atractivo para la televisión. Entonces la responsabilidad del productor es orientar a los especialistas hacia las exigencias particulares del contenido de los programas de televisión.

11. Selección del Asunto

El asunto debe ser oportuno, de interés para el público, y debe incidir sobre el público en algún sentido. Debe ser algo provocativo, algo que toque directamente el problema, y preferiblemente que proporcione la solución del mismo.

Después de que el tema para el programa se ha decidido, es mejor dividirlo en los puntos que se van a exponer. La simplicidad, se aplica particularmente a la selección y al tratamiento del asunto. Una buena regla es "vender una idea y venderla bien".

Otro factor importante a considerarse en la selección del asunto es el costo. Por ejemplo, si el asunto requiere una película, la cual debe tomarse en diferentes localidades, con escenarios especiales para una demostración, u otros artículos relativamente caros, entonces aquel tratamiento en particular probablemente sería muy caro para el promedio de las instituciones educativas interesadas en la producción.

12. Actores

La mejor forma de escoger actores para televisión educativa es partir de su conocimiento de la materia, su experiencia en demostración, su personalidad, su sentido de la precisión y su conocimiento del público. Una vez que han ganado algo de experiencia, los especialistas en las materias son capaces de brindar una buena actuación en televisión y con una autoridad infinitamente mayor que la de los actores profesionales. La autoridad es difícil de retaratar, especialmente cuando el retrato es tanto visual como auditivo y supone la existencia de conocimientos técnicos.

13. Factores de Personalidad

El término personalidad no se refiere al atractivo físico. Son más importantes otros factores como entusiasmo, animación, serenidad, presencia de ánimo, ingenio y sinceridad. El atractivo es deseable pero solamente en combinación con la mayoría de las características antes citadas. Si usted puede escoger entre dos actores, suponiendo que ambos tienen conocimiento de la materia y experiencia, hará mejor si escoge a aquél de mayor magnetismo personal.

14. Habilidad para Memorizar

Generalmente no es necesario memorizar palabra por palabra, pero la habilidad para memorizar por lo menos el bosquejo general de la presentación y las transiciones, tiene cierta importancia en televisión. El programa debe seguir el plan original de acción para que el director tenga las cámaras en el lugar apropiado, con los lentes correspondientes, y en el momento indicado. Los actores deben ejecutar sus respectivas partes aproximadamente en igual forma, y en la misma secuencia como lo hicieron en los ensayos.

15. Disponibilidad para Ensayos

Esta consideración puede parecer de relativa importancia, pero la experiencia nos demuestra que sí la tiene. Frecuentemente las personas que son los mejores actores de la televisión están demasiado ocupados para dedicarle mucho tiempo a los ensayos. Por cuanto es posible que los ensayos consuman mucho tiempo, la disponibilidad es particularmente importante para los actores elegidos para intervenir en una serie de programas. Si un especialista no se presta a dedicar todo el tiempo necesario para ese efecto, habrá que reemplazarlo.

16. Componiendo la Historia

Hay cierta controversia entre los que producen programas de televisión, sobre cuál parte del guión debe escribirse primero, la visual o la auditiva. Debe uno escribir el guión visual para ajustar a él la parte auditiva, o escribir la auditiva para ajustar a ella la parte visual? En realidad no se escribe un guión de televisión 100% visual o 100% auditivo primero. Al seleccionar un asunto para un programa de televisión, generalmente se consideran las posibilidades visuales de la historia antes de escribir guión alguno. Se planea la historia, se ajustan a ella las imágenes y se añaden las palabras para continuidad.

17. Visualización

Una crítica que se hace a menudo a los programas de televisión es que son buenos como radio y malos como televisión.- Es fácil hacer depender la parte principal de la historia de la porción auditiva del programa. Con pocas excepciones, lo que se ve es más importante que lo que se oye. Un ejemplo puede ser televisar una función de ganadería. El comentador analiza los puntos que deben procurarse en la selección de un cerdo, mientras que un muchacho trata de llevar el animal hacia una toma de corta distancia. El interés del público se concentra en la acción, el público quiere ver el resultado final de la acción del muchacho; y no presta mayor atención a lo que está diciendo el comentador.

La ayuda visual tiene cabida en un programa de televisión sólo cuando atrae la atención, crea interés y es una contribución para relatar una historia, o para que el público entienda mejor determinado asunto.

La mayoría de las ayudas visuales que están a la mano ya preparadas, necesitan cierta adaptación para la televisión. Esto se aplica inclusive a las fotografías, ya que la mayoría de las estaciones exige copias semimate de un radio de 4 X 3, con amplios márgenes y montura rígida. Puede ser necesario repintar los modelos y las exhibiciones para lograr el contraste apropiado en matices de gris. Puede ser mejor y más barato, sin embargo, hacer nuevos modelos antes que intentar adaptaciones de los viejos. También esto puede ser así en el caso de fragmentos cinematográficos; puede ser más barato filmar de nuevo esos fragmentos en vez de enfrascarse en la búsqueda de ellos en la filmoteca.

18. Redacción de Guiones

Los guiones para televisión generalmente tienen la columna visual a la izquierda y la columna del sonido a la derecha. La descripción visual generalmente no toma tanto espacio como la del sonido y ésto le da al director suficiente espacio para hacer sus notas de producción. La columna visual contiene descripciones exactas de la acción deseada más los movimientos del actor, y puede también indicar la clase de cuadro que tiene en mente para aquella escena particular... por ejemplo, una toma de cerca (CU) o una de media distancia (MS). La descripción en la columna visual debe coincidir

con la parte auditiva de la columna derecha. En general no corresponde indicar al productor el tipo de texto a usarse o los sitios de emplazamiento de la cámara, aunque a menudo es deseable describir las tomas de carro hacia adentro y hacia afuera para dar una idea más completa de lo que se ha planeado para producir.

El bosquejo de la historia con ayudas visuales, ahora se convierte en un bosquejo de guión. La parte inicial del guión que va a continuación, al ser en realidad producida por el proyecto de televisión, tomó aproximadamente 2½ minutos del tiempo total del programa.

VIDEO	AUDIO
TARJETA DE ROTULO I - El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos presenta TARJETA DE ROTULO II - "La Hora de la Familia". MUSICA	COMENTADOR: El Departamento de Agricultura presenta: "La Hora de la Familia". Y aquí está su consejera doméstica Maynard Speece.
CU de SPEECE	SPEECE: Hola! Bienvenidos otra vez a "La Hora de la Familia". Este es un programa destinado al interés suyo y a su servicio, así como al de toda su familia... por eso es que estamos aquí.
TARJETA DE ROTULO III - (Boletín sobre cómo quitar manchas) MUSICA	SPEECE: Esta noche le vamos a mostrar a usted cómo se quitan las manchas de la tela. Conversamos ayer con la señora Putnam y con la señorita Furry en la Estación Experimental, encontré que ellas han realizado un gran trabajo sobre cómo quitar manchas. Los resultados de todo ese trabajo están disponibles para usted en nuestro Boletín sobre cómo quitar manchas.

VIDEO	AUDIO
	Más adelante en el programa le diremos dónde puede usted conseguir un ejemplar de él.
MS de SPEECE y PUTNAM	Ahora mismo, la señora Putnam nos va a mostrar cómo quitar grasa de automóvil de la ropa
CU de PUTNAM	PUTNAM: Ahora espere un minuto, Maynard. Hay unas pocas reglas simples que deben seguirse para quitar cualquier mancha que usted pueda tener en su ropa.

(Cortado aquí para ahorrar espacio)

CU de tela y demostración de tintura de yodo. SIGA LA ACCION COMO SE INDICA.	PUTNAM: (Hace una demostración de manchar la tela con yodo y de quitarle la mancha).
	SPEECE: Desaparece ante sus propios ojos.
CU de PUTNAM	PUTNAM: Sí, es bastante simple si usted sabe cómo hacerlo. Las manchas no son fáciles de quitar, pero si usted sigue las reglas generales y las precauciones indicadas en nuestro boletín sobre cómo quitar manchas... usted no debe tener ningún problema.
CU del boletín.	
CU del boletín sobre cómo quitar las manchas. CU de la TARJETA DE ROTULO Nº IV (WTTG) MS de SPEECE y PUTNAM TARJETA DE ROTULO Nº V - "Alimentos Abundantes" MUSICA	SPEECE: Si ustedes, amigos, desean un ejemplar de este folleto, escríbannos. Gracias, señora Putnam.

VIDEO	AUDIO
CU de RODENWOLD	RODENWOLD: Qué tal! Zelta Rodenwold, de la Oficina de Nutrición Huamana y Economía Doméstica les saluda de nuevo. Esta noche estoy aquí para enseñarles cómo emplear cualquiera de los alimentos abundantes en cualquiera de los tres diferentes tiempos de comer, aunque no todos ellos en un solo tiempo, naturalmente. En primer lugar, quisieran ustedes apuntar estas ideas de compras recomendadas para esta semana por la Administración de Producción y Mercadeo del Ministerio? Muy bien...aquí están:
CU de una lista de alimentos abundantes.	
	RODENWOLD: Y acertaron de nuevo, es el jugo de uva enlatado el que estoy empleando esta noche. Aquí, en confianza, yo prefiero el jugo enlatado al fresco. Tiene el añadido de azúcar suficiente, para mí, por lo menos. Está preparado y listo para usar. Esa es otra ventaja.

(Cortado aquí para ahorrar espacio)

CU de RODENWOLD	RODENWOLD: Bien, ahí las tienen. Espero que ustedes puedan hacer uso de estas tres ideas en alguna ocasión durante esta próxima semana. Muchas gracias por su atención, Buenas Noches.

VIDEO	AUDIO
TARJETA DE ROTULO Nº VI "Adivine" MUSICA CU de hogaza de pan. GRUA ATRAS PARA INCLUIR A JOHNSON. MS.	SPEECE: (Entrando a escena)... Qué estás haciendo, Bert? Estás preparando un emparedado? Después de ver esos alimentos abundantes, me he puesto hambrienta.
CU de JOHNSON en la mesa	JOHNSON: No, lo que voy a hacer es mostrarte dónde va a dar tu dinero cuando compras una hogaza.
MS	SPEECE y JOHNSON: (Tomas ad libitum en el estudio de BAE sobre costos de mercadeo de alimentos).
CU de SPEECE TARJETA DE ROTULO Nº VII "La Hora de la Familia". TARJETA DE ROTULO Nº VIII - Ofrecida por el Departamento de Agricultura. MUSICA	SPEECE: (Cierra el programa, anuncia de nuevo el boletín y da noticia del programa de la próxima semana).

Un guión esquemático de esta clase está generalmente listo para la hora de ensayar. Después de hacer los cambios que hubieran resultado necesarios según se vió en los ensayos, este guión se convierte en el definitivo para el productor.

Los guiones de televisión sobre agricultura, generalmente no son completos hasta la última palabra, ni incluyen detalles mínimos de acción. Si los actores conocen la materia que van a tratar, no es necesario que cuenten con guiones redactados palabra por palabra. Si el tema a tratarse es nuevo para el actor, es mejor que éste cuente con un guión completo redactado palabra por palabra.

19. Transiciones

Una transición es un puente a través del cual el programa se desplaza de una secuencia hacia la próxima. Es un medio de cambiar el modo del programa o de preparar al público para el segmento subsiguiente de la presentación. Las transiciones rara vez son largas; habitualmente, duran segundos en vez de minutos. Sin embargo, son parte importante del planeamiento del programa, porque pueden aumentar brillo a una presentación, o hacerla aparecer cosa de aficionados.

La variedad en las transiciones es tan deseable como lo es en cualquier otra parte de un programa de televisión. Si se produce cuidadosamente, la transición será de buen gusto y conducirá el mensaje hacia lo que sigue. No hay fórmula fija para planear o producir transiciones.

Las transiciones pueden ser auditivas o visuales o audiovisuales. Generalmente capitalizan sobre la oportunidad de emplear música y efectos sonoros y con frecuencia apelan a tarjetas de rótulos, las que no necesitan ser muy complicadas. La simplicidad es preferible. Una transición puede consistir en una tarjeta de rótulo acompañada de música. Toda estación emisora tiene música disponible para tal propósito.

Un reloj de fuerte tic-tac o la esfera de un reloj que muestra el paso progresivo del tiempo pueden emplearse con ventaja como agentes de transición. Otra transición visual puede ser un lazo de película que muestre acción repetida, el cual puede ser proyectado continuamente por el tiempo que se desee. Este fragmento de escena puede intercalarse con el programa de televisión según se lo necesite para propósitos de transición. Tal fragmento de película puede ser la imagen de agua que cae sobre una presa, un campo de trigo ondulante, relámpago y lluvia vistos a través de una ventana, o un molino en movimiento.

Otras transiciones pueden lograrse valiéndose de la flexibilidad propia del medio. Ejemplos de ello son la esfumatura hacia negro y el retorno de ella hacia blanco o el enfoque o desenfoque de una imagen y los fundidos lentos o rápidos.

20. Indicaciones

En televisión hay dos clases de indicaciones, ambas importantes y necesarias. El actor debe escribir indicaciones de tiempo a fin de terminar el programa oportunamente y el director debe recibir indicaciones de acción para disponer las tomas de cámara y la interpolación de éstas con las diversas ayudas visuales a usarse en el programa.

Las indicaciones de tiempo las da generalmente a los actores el supervisor de escenario. Este tiene una línea telefónica particular que permite conversación de doble vía con el director que está en el cuarto de control. Las indicaciones sobre tiempo cambian con cada actor individualmente. Alguno puede pedir que se le haga la indicación cuando faltan cinco minutos para la hora prevista para la terminación del programa, cuando faltan tres minutos y cuando falta un minuto. Otro puede ser capaz de terminar un programa rápidamente si se hace ello necesario y preferir solamente una indicación de que falta un minuto y otra de que faltan 30 segundos. El locutor asume la responsabilidad de recibir las indicaciones de tiempo. Cuando no hay locutor, el actor debe recordar el tiempo calculado para cada secuencia y recibirá indicaciones de tiempo. Los ensayos son muy valiosos para ayudar al actor a fijar en su mente estos segmentos de tiempo.

Las indicaciones de acción para el director apuntadas en el guión. A veces inclusive está apuntado el tiempo que corresponde a cada secuencia. En esta forma el director sabe cuándo intercambiar cámaras o cambiar lentes o cortar la acción viva, proyectar película o enfocar sobre ayudas visuales. Así es también como el director puede saber si el programa se está produciendo dentro del horario previsto. Las indicaciones para cambio de escena o de acción pueden ser visuales o auditivas, pero deben ser perfectamente claras y de fácil comprensión. Ejemplos de indicaciones visuales son CU (Close up), MS (Medium shot), así como también lo es la descripción de una acción determinada por el actor. Una indicación auditiva podría ser una frase determinada pronunciada por alguno de los actores o un cierto efecto de sonido. Tales indicaciones, tales pies de diálogo, deben escribirse en mayúscula y subrayarse o remarcarse de cualquier otra manera en el guión, de modo que el director los localice fácilmente y esté listo para hacer lo que dicen las indicaciones. Las indicaciones auditivas requieren de la cuidadosa atención del director y deben usarse con mesura.

R E S U M E N

Si bien es cierto que la televisión requiere de actores especiales, éstos se forman rápidamente mediante la experiencia en el planea - miento y producción de programas.

No debe pensarse de la producción de televisión en términos de los requerimientos de la radio en cuanto a tiempo, dinero y personal. Requiere bastante más de los tres.

Antes de poder enseñar, los programas educativos deben poder atraer y mantener la atención del público.

La televisión exige variedad.

El productor de programas de televisión debe conocer su público, la materia que va a tratar y el medio de que se va a valer para expo - nerla.

Puede determinarse el público de la televisión principalmente sobre la base de la hora de la emisión, el día del programa y la locali - dad.

La televisión es un medio de comunicación visual a corta distancia. La clave del éxito es la simplicidad. Cuantas más ideas simples, más bajos serán los costos.

Una sola idea mayor para cada porción del programa es suficiente.

Para cada programa, el productor debe trabajar en estrecho contacto con el director de la estación.

Es mejor ir preparado a la conferencia de producción, llevando para ello un esquema del programa.

La materia a comunicarse debe ser oportuna y de interés para el público y debe causar en él, de alguna forma, impacto.

Los actores deben escogerse sobre la base de su conocimiento en la materia, su experiencia como demostradores, su personalidad, su sentido del tiempo y su conocimiento del público.

Las transiciones son cortas pero importantes. Deben planearse cuidadosamente. Al escribir el guión de un programa, se planea la historia, se adaptan a ella las piezas visuales necesarias y se añaden las palabras para dar continuidad.

Las ayudas visuales deben emplearse siempre que contribuyan a contar la historia, no meramente porque sean buenas.

El tiempo invertido en ensayos rinde dividendos en la pantalla de televisión.

El productor representa a la oficina provincial de extensión o institución interesada en la emisión del programa. El director es el personero de la estación que pone el programa en el aire.

MATERIAL DE REFERENCIA

The Television Manual - William Hodapp, Farrar Straus and Young. New York.

Television Report - Radio and Television Service, Office of Information, U.S. Dept. of Agriculture.
Section I Films
Section II Visual Aids
Section III Program Methods

Manual of Audio-Visual Techniques - De Kieffer and Cochram, Prentice Hall, Inc.

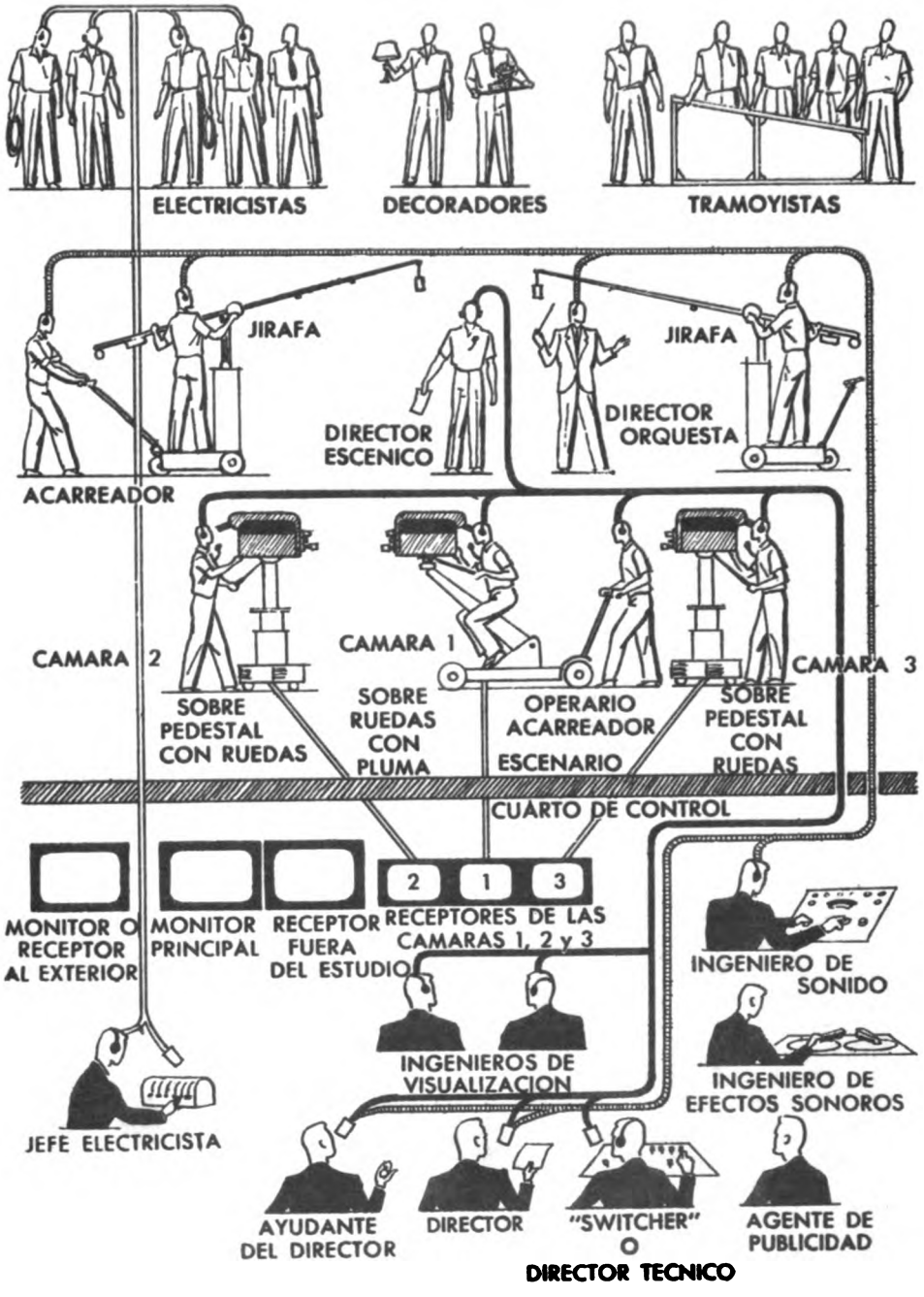
Audio-Visual Procedures in Teaching - Lester B. Sands. The Ronald Press Co.

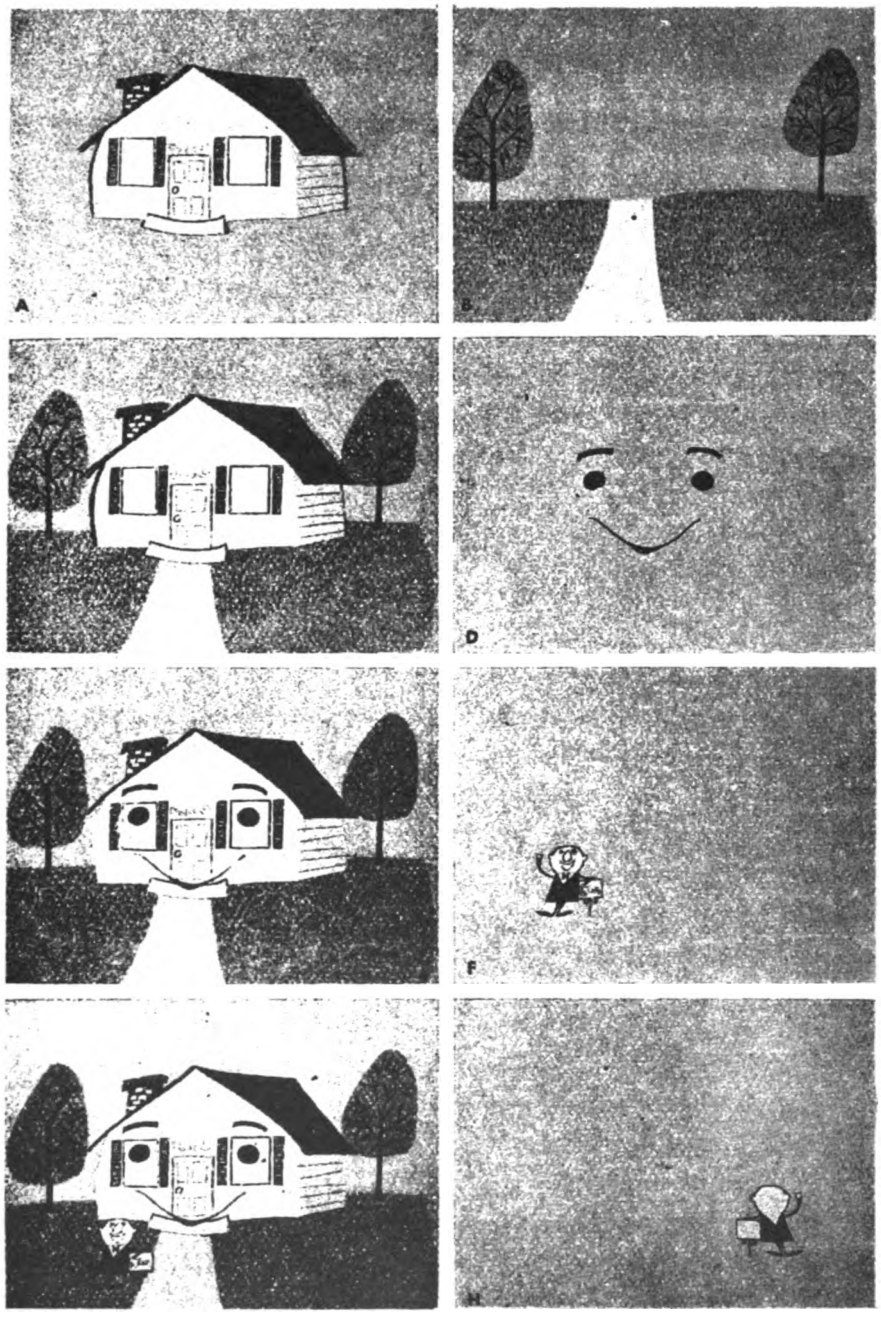
Audio-Visual Materials and Techniques - James S. Knider, American Book Co.

Audio-Visual Materials - Wittich & Schuller, Harper & Brothers.

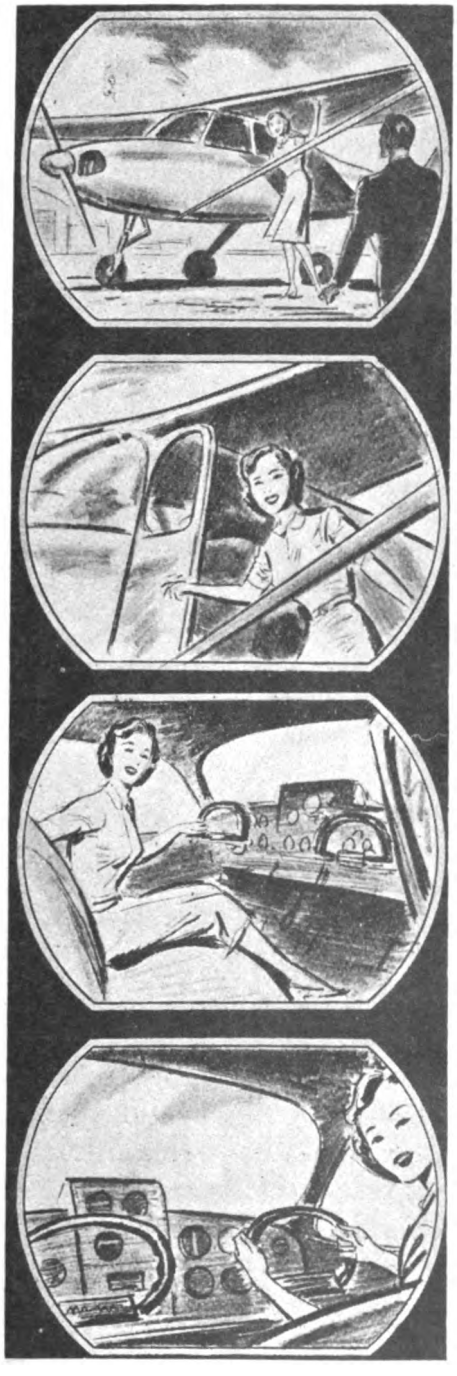
Audio-Visual Aids - Hass & Packer, Prentice Hall, Inc.

PERSONAL QUE INTERVIENE CON ACTORES Y TRES CAMARAS



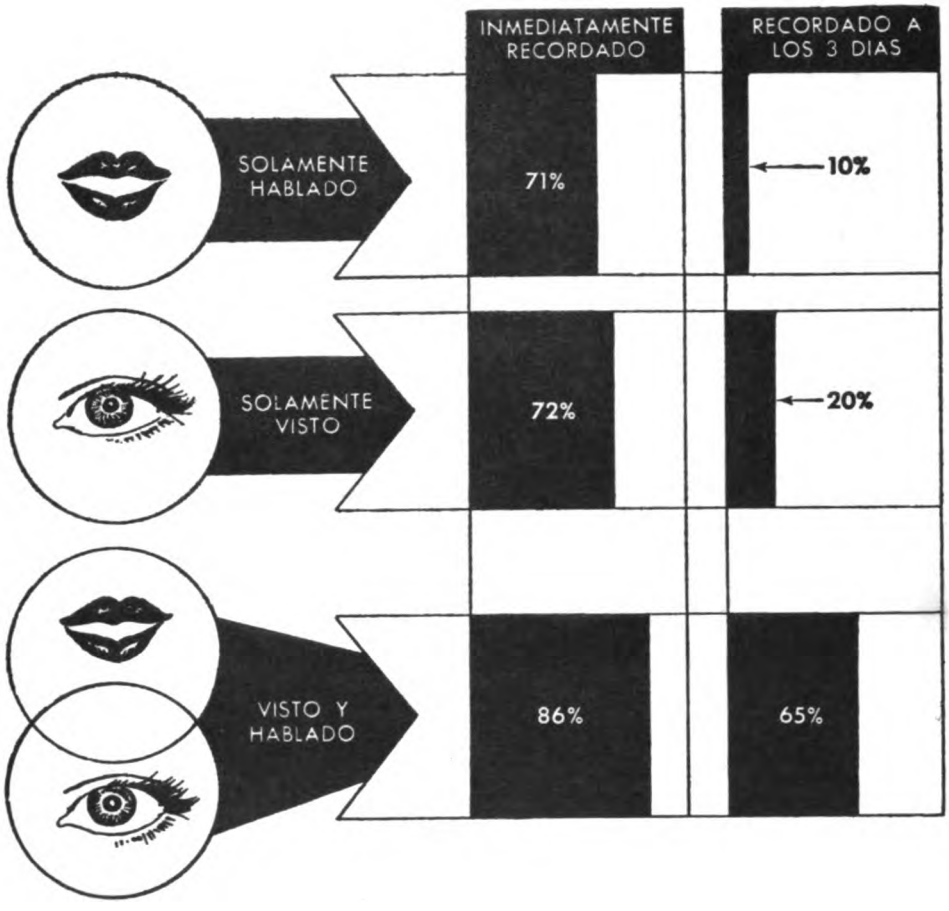


Un ejemplo de animación rápida con dibujos superpuestos mediante el empleo de un dibujo básico y tres "cels". El dibujo básico es el del grabado A, sobre el cual se coloca el "cel" B, produciendo la figura C. A ésta se le añade el "cel" D para producir la figura E. Entonces se superpone el "cel" F a la figura E y se obtiene el conjunto G. El grabado H muestra el reverso del "cel" F para demostrar que los "cels" son opacos para evitar que el material del fondo resalte a través de los objetos en el primer plano. (Por deferencia de Transfilm, Inc.)



CONTINUIDAD: MAL

CONTINUIDAD: BIEN



Tal vez la prueba más convincente de la importancia de la vista y sonido en televisión la encontraríamos en los tipos de descuento que conceden las emisoras cuando falla la imagen o el sonido en las emisiones. La proporción es de 3 a 1 en favor de la vista. Así, pues, si se pierde el sonido se concede una rebaja en el coste de la emisión del 25 por ciento; pero si es la imagen lo que falla, la deducción asciende al 75 por ciento.

Con este argumento financiero más bien que académico dejaremos por ahora esta fase del asunto.

PRIMER PLANO

PRIMER PLANO

La designación de los diversos tipos de enfoque son muy variables dentro de los límites que indicamos en estos grabados, y son utilizadas por los directores y productores cinematográficos. (Foto de Russell O. Kuhner.)

PRIMERISIMO PLANO

ENFOQUE DISTANTE

ENFOQUE A MEDIA DISTANCIA

ENFOQUE CERCANO

ENFOQUE PROXIMO

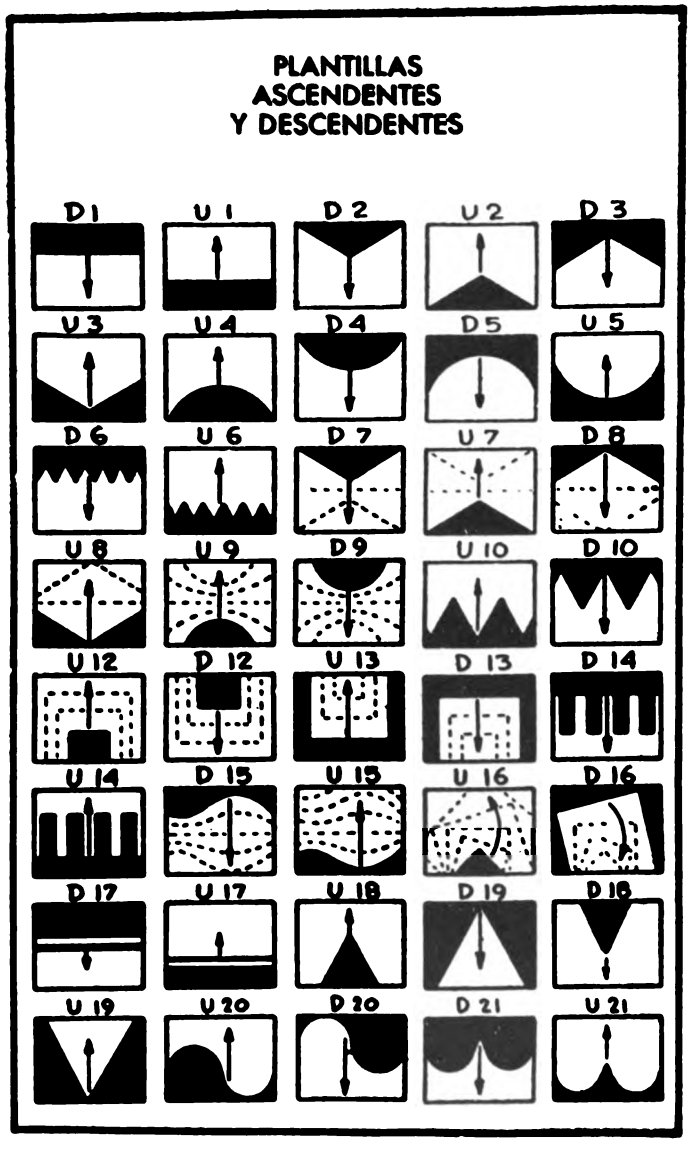
VISTA LEJANA VISTA CERCANA

SEMI PRIMER PLANO PRIMER PLANO

Secuencia de un guión gráfico que describe el desplazamiento de la cámara en una escena, desde una vista lejana a un primer plano pasando por las fases de vista cercana y semi primer plano. Si la cámara continuase desplazándose hasta que en la pantalla apareciese solamente la cabeza de la muchacha o una parte de su rostro, este encuadre se denominaría un primerísimo plano. Para indicar el desplazamiento rápido desde la vista lejana al primer plano, en uno o dos segundos, se deberán eliminar los encuadres de vista cercana y semi primer plano. Se pueden omitir para un desplazamiento normal, de cuatro etapas, siempre que el movimiento se indique claramente por escrito en la columna destinada a los efectos ópticos.

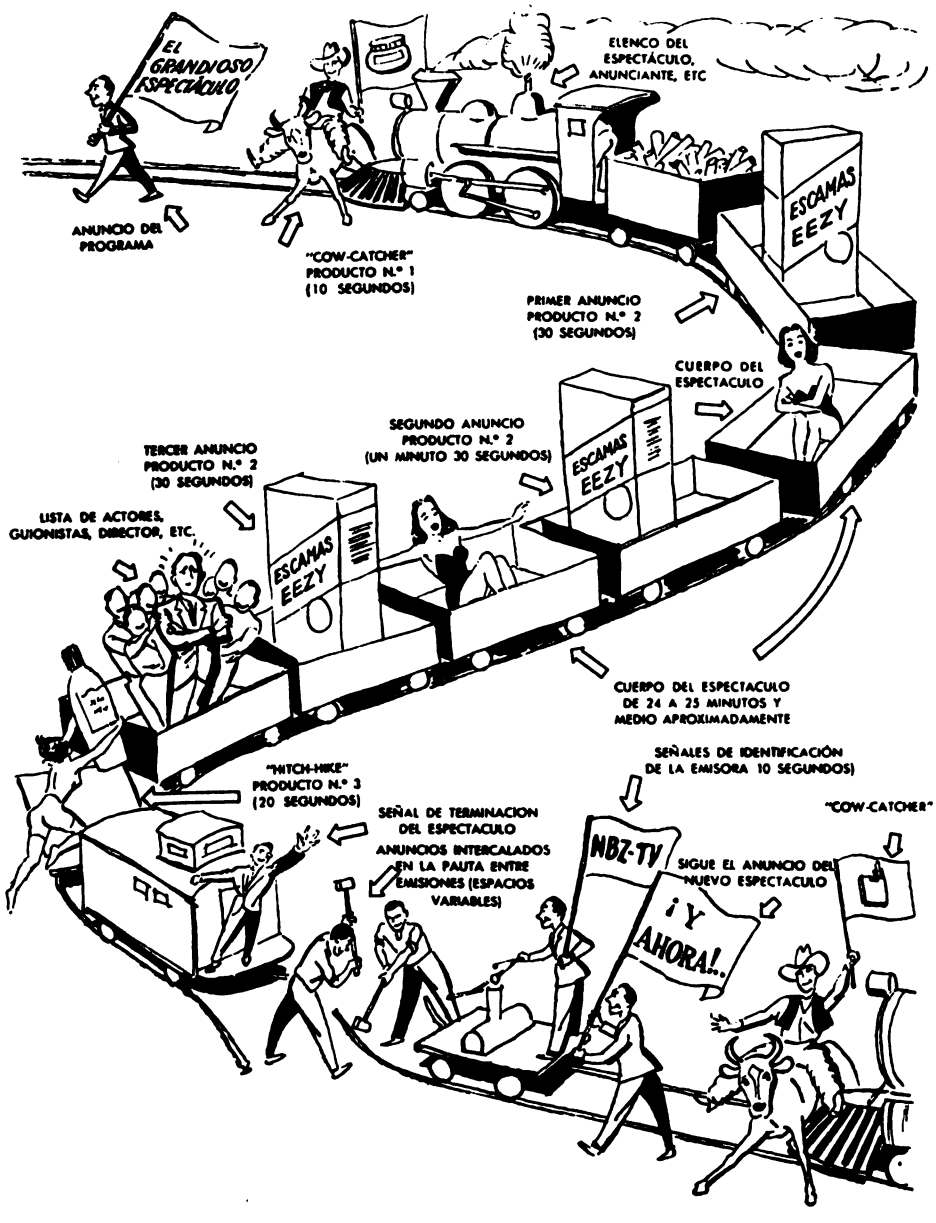
Nótese que en todos los dibujos aparece el coche mirando hacia la izquierda, lo que indica que en el desplazamiento se emplea solamente una misma cámara. Aunque a veces se utilizan varias cámaras para diferentes ángulos de vista de un encuadre alejado, es preferible evitar estos cambios en un anuncio de sesenta segundos de duración, a menos que existan razones que lo aconsejen.

EFECTOS OPTICOS DE LABORATORIO



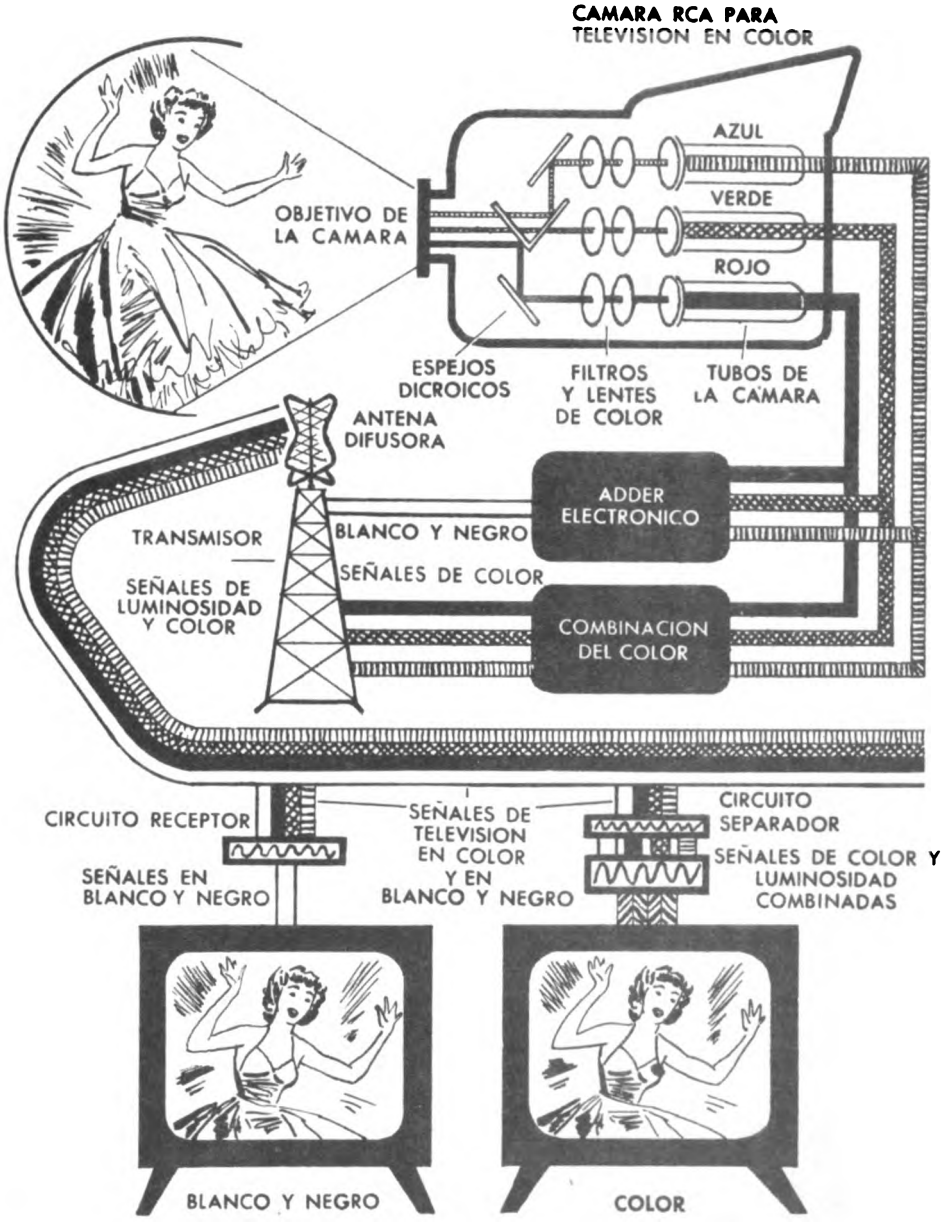
Este diagrama muestra solamente algunos de los centenares de efectos ópticos de laboratorio que se suelen emplear en los anuncios filmados para la televisión. Las letras U y D indican "Hacia arriba y y "Hacia abajo", respectivamente. (Por deferencia de Robert Lawrence Productions, Inc.)

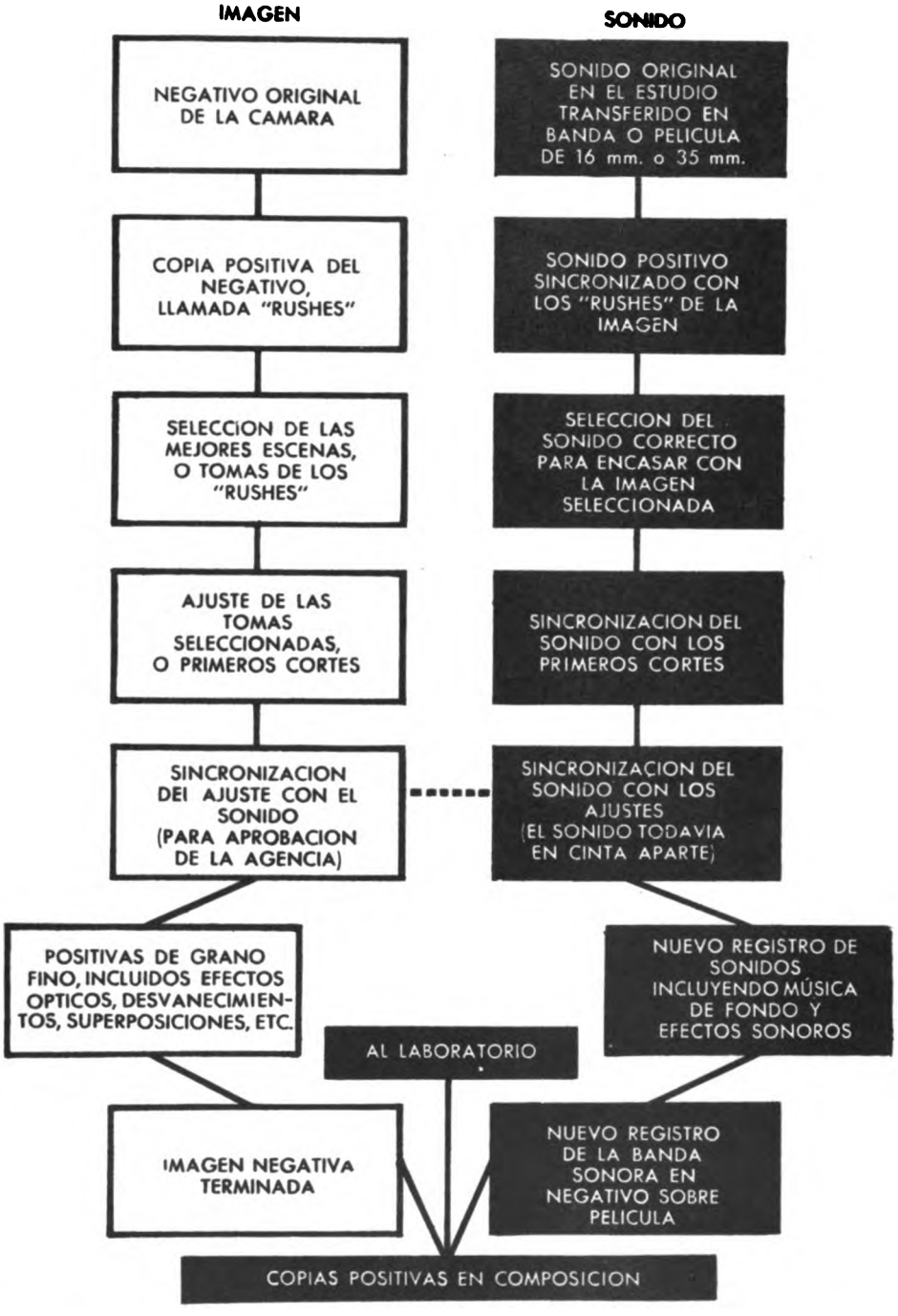
FORMATO COMERCIAL TIPICO DE UN PROGRAMA TELEVISADO DE MEDIA HORA DE DURACION



APELACIONES PUBLICITARIAS

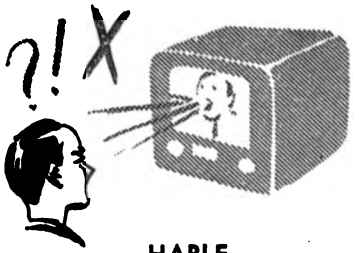
PRINCIPIO BASICO DE LA TELEVISION EN COLOR Y BLANCO Y NEGRO



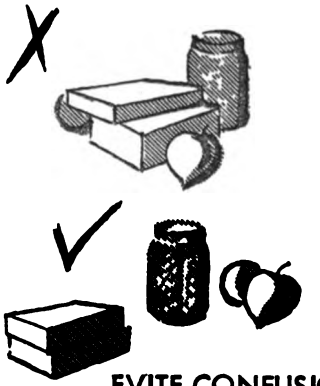


Este diagrama muestra la producción de una película comercial, fase a fase, desde la primera exposición de la película en la cámara hasta el positivo compuesto con imagen y sonido, dispuesto para su proyección en las emisiones.

COMIENCE
CON UN IMPACTO



HABLE
MAS DESPACIO
EN TV
QUE EN RADIO

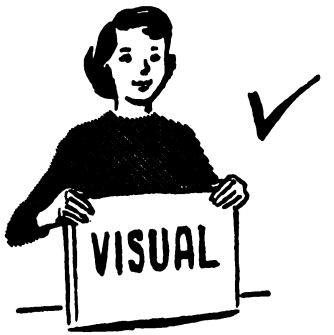


EVITE CONFUSION

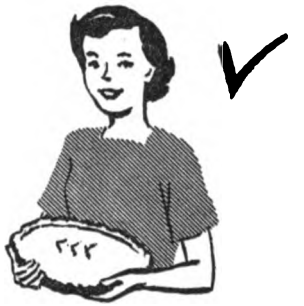
HAGA MOVIMIENTOS
DELIBERADAMENTE

LIMITE EL
NUMERO DE PERSONAS
A DOS O TRES

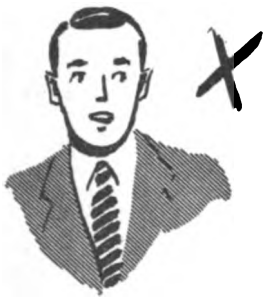
HABLE A LA CAMARA
MANTENGA
EL ROSTRO
LEVANTADO



SOSTENGA LOS "VISUALES"
PARA UN BUEN ENFOQUE

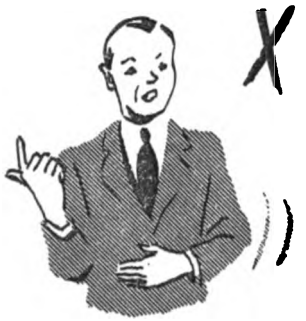


TENGA
EL PRODUCTO TERMINADO

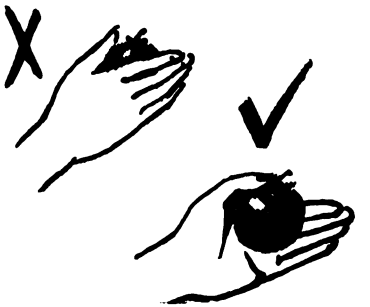


MIRE A LA CAMARA
NO A UN MONITOR

EXPLIQUE
LOS ACCIDENTES



USE POCAS
GESTICULACIONES



ASEGURESE DE
QUE LO MOSTRADO
SE VEA

ESCRIBA GUIONES PARA TELEVISION

ESCRIBA GUIONES PARA TELEVISION

INTRODUCCION

Muchos programas de televisión educativa son deficientes porque carecen de un buen guión. Cuentan con elementos didácticos adecuados, pero el programa en el aire falla por falta de ese elemento básico.

Por qué no hay buenos guiones? Porque no hay buenos guionistas. Esto es más corriente en países en los cuales apenas se inicia la utilización de la televisión como instrumento para la educación.

Escribir para televisión exige el dominio de técnicas especializadas. El escritor debe describir, en forma precisa, la acción de los personajes, diálogos o parlamentos y otros efectos sonoros, así como la composición escénica y determinados movimientos de las cámaras. Todo ello simultáneamente, y conforme a algunas normas de uso universal. Esto no puede hacerse a menos que el escritor conozca numerosos detalles de funcionamiento mecánico y técnico, dentro y fuera del estudio de televisión. Lamentablemente, pocas oportunidades de especialización se presentan a los maestros hispanoamericanos. Además, son escasos los textos escritos en español sobre televisión en general.

Este trabajo pretende dar alguna información a quienes tienen interés en televisión educativa. Ha sido preparado especialmente para usted, que escribe programas educativos. También es útil para maestros y comunicadores que desconozcan las técnicas propias de este campo audiovisual.

Naturalmente, esta guía no tiene pretensiones de texto acabado ni mucho menos. Se trata de un trabajo más bien experimental. Fue preparado por el autor como ejercicio de aula en el CUARTO SEMINARIO DE COMUNICACIONES AUDIOVISUALES, que se realizó en la Universidad de Costa Rica, bajo los auspicios de la Agencia para el Desarrollo Internacional.

QUE ES UN GUION DE TELEVISION

Guión o libreto es el planeamiento escrito del programa de televisión. El guión indica los siguientes pasos del programa:

1. Parte auditiva (diálogos, efectos sonoros y música).
2. Parte visual. Personas, objetos y ayudas visuales (fotografías, gráficos, slides, películas, maquetas, etc.)
3. Movimientos de personas y objetos en el escenario o set.
4. Descripción clara de composición escénica a lo largo del programa.

Un guión bien escrito contribuye grandemente a la emisión de un buen programa. Un guión mal preparado, a la inversa, implica riesgo inminente de fracaso.

Para escribir un guión se necesita poseer algunas condiciones básicas. Tal vez las más importantes son:

1. Tener habilidad para redactar.
2. Dominar el tema del programa.
3. Conocer las posibilidades y limitaciones del estudio de televisión.
4. Tener capacidad para visualizar y conocer el uso adecuado de las ayudas visuales.

CONTENIDO DEL GUION

Al planear el guión, defina su contenido con exactitud. Precise la idea o conjunto de ideas y conocimientos que desea transmitir.

Seleccione su tema. Elabore su programa sobre un tema específico. En un programa educativo el guión debe definir el *qué,* mostrar el *cómo,* explicar el *por qué* y/o *para qué,* indicar *cuándo* y/o *cuánto* y mostrar los *resultados.*

Para desarrollar un programa de educación escolar, es necesaria la consulta con el especialista en la materia. El maestro puede indicar cuáles aspectos del tema deben mostrarse con mayor claridad, y cuáles ayudas visuales es necesario utilizar. Asegúrese de que el tema ha sido tratado pedagógicamente.

En términos generales, el programa educativo televisado para escolares no debe ser una lección formal. Busque la manera de que sea a la vez EDUCATIVO y RECREATIVO.

TRATAMIENTO DEL GUION

El tratamiento del guión está íntimamente ligado al contenido. Piense en la mejor forma de tratar el tema. Un buen tratamiento despierta interés y crea el deseo de ver, de escuchar y de aprender. También provoca el deseo de actuar.

Un tema puede tratarse de diferentes modos: como dramatización, comedia, narración, lección formal, entrevista, documental. Naturalmente el tratamiento puede ser mixto.

No se trata de establecer aquí cuál es el mejor tratamiento. Esto debe responder a las necesidades del tema. Prefiera tratar un solo asunto. Decida cómo ha de exponerlo: en forma directa, enumerativa, o en forma narrativa. Esto depende del asunto que desarrolla y de la audiencia. Un tema que se expone en forma simple para niños, debe tratarse de manera más elaborada para adultos.

PREPARACION DEL GUION

En la preparación del guión se presentan las siguientes etapas:

Documentación

Su tema debe ser motivo de cuidadosa fundamentación. Consulte libros, entreviste a una o más personas, recopile datos, verifique su información. Cuanto más amplia sea la documentación, mejor fundamentado estará su programa.

Resumen del Tema

En la etapa de documentación, usted obtiene información completa. Anote las ideas sin atenerse a un ordenamiento cuidadoso, sin enjuiciarlas.

El paso que sigue, lógicamente, debe ser de valoración.

Analice y seleccione las ideas. Cuáles son las ideas esenciales? Cuáles son indispensables? Cuáles datos sólo son deseables? Cuáles ideas sobran? Cuáles ideas faltan? Cuáles datos podrían fundirse con otros?

Hecha la selección agrupe las ideas por su afinidad. Divida su borrador en partes. Todas las ideas que estén conectadas entre sí, pueden formar una parte.

Por último. desglose cada una de las ideas de cada una de las

partes. Asegúrese de que haya una secuencia, un orden lógico de las ideas.

Ya tiene usted un ordenamiento básico de las ideas en que se descompone su tema. Este esquema, su resumen del tema es la base de su programa.

Revisión Técnica

Someta su trabajo al examen de una persona experta en el tema para evitar errores técnicos. El texto debe ser revisado también para asegurar que sus ideas están expuestas con claridad y sencillez.

Guión previo

Este es el paso anterior al guión propiamente dicho. Esboce las explicaciones que va a desarrollar en el guión. Indique, además, de qué manera visualizará su argumento.

Supongamos, por ejemplo, que el tema se refiere a montes. En el guión previo usted puede indicar que "el monte más alto del mundo es el EVEREST, que está en Asia. Que le sigue en altura el ACONCAGUA, que está en América del Sur. Que el monte más alto en América del Norte es el McKinley. Que estos montes siempre están nevados en las cumbres y que muy pocas personas han podido escalarlos". Aquí mismo el guión previo debe decir que "para ilustrar estos datos, se van a usar tres fotografías y un mapamundi en relieve".

Siga el mismo procedimiento para desarrollar en el *guión previo* los otros hechos o puntos anotados en el *resumen.*

El Guión Final

Con el guión previo terminado, usted puede escribir el guión final.

Hay varios tipos de formatos físicos para guiones. El más usado es el que se escribe en página dividida en dos columnas.

En la columna de la izquierda, bajo el encabezamiento VIDEO o VISION, anote todo lo que desee mostrar en la pantalla del televisor. Pueden ser personas, objetos y escenarios en general.

En esta columna, en letras mayúsculas, anote lo siguiente:

1. Descripción del escenario donde va a desarrollarse la acción. Cuanto más clara sea la descripción, más fácil será para el director montar escenarios como los que pide el guinista.
2. Descripción de los movimientos y acciones que deben ejecutar las personas que trabajan en el programa (actores).
3. Lista numerada de las fotografías, gráficos, ejemplos vivos, slides, películas y todas las ayudas visuales que se van a utilizar en el programa.
4. Entradas y salidas del aire. Para indicar estos movimientos se usan corrientemente los términos FADE IN (entrada) y FADE OUT (salida).

FADE IN es el paso de la pantalla totalmente oscura a la escena iluminada, como ocurre al empezar un programa, o durante el programa, para indicar que ha transcurrido algún tiempo entre una escena y la siguiente.

FADE OUT significa lo contrario; es decir, el paso de la pantalla iluminada a la oscuridad total, como cuando termina un programa o una escena.

En la columna de la derecha, bajo el encabezamiento AUDIO o AUDICION se anotan, con letras minúsculas, los diálogos, la música y los efectos sonoros. En este tipo de guión, de dos columnas, nunca escriba la parte de VIDEO directamente frente a la de AUDIO, como se indica en los dos ejemplos siguentes:

M A L

VIDEO	AUDIO
en el escenario un escritorio sin adornos, cubierto con mantel blanco. Al centro un micrófono y al frente el anunciador. El fondo gris oscuro.	**EL MAESTRO (DIRIGIENDOSE A LA CAMARA) Buenos días amiguitos. Hoy estudiaremos los montes más altos del mundo, etc.**

B I E N

VIDEO	AUDIO
En el escenario un escritorio sin adornos, cubierto con un mantel blanco. Al centro un micrófono y al frente el anunciador. El fondo gris.	**EL MAESTRO (DIRIGIENDOSE A LA CAMARA) Buenos días amiguitos. Hoy estudiaremos los montes más altos del mundo.**

Recuerde estos dos requisitos: 1) Escriba en mayúsculas *todo* lo que no sea diálogo. Reserve las minúsculas únicamente para los diálogos. 2) Escriba las indicaciones a renglón seguido; los diálogos a doble renglón.

Otro tipo de formato presenta el VIDEO y el AUDIO en una sola columna, a la derecha de la página, o la izquierda.

Ejemplo de guión escrito en una sola columna:

EN EL ESCENARIO UN ESCRITORIO O MESA, CUBIERTO CON CARPETA GRIS. AL CENTRO DEL ESCRITORIO UN MICROFONO Y SENTADO DE FRENTE EL ANUNCIADOR O MAESTRO. EL FONDO GRIS.

EL MAESTRO

(DIRIGIENDOSE A LA CAMARA)

Buenos días, amiguitos. Hoy vamos a estudiar los montes más altos del mundo. El pico o monte más alto es el Monte Everest (SEÑALA FOTOGRAFIA) que tiene 5,000 metros de altura.

EL MAESTRO SE LEVANTA Y VA A UN MAPAMUNDI EN RELIEVE, SEÑALANDO CON LA MANO:

Este es el monte Everest. Está en Asia. Se llama Everest porque...

Este formato es más fácil de preparar que el de doble columna. Muchos directores lo prefieren porque les permite usar el espacio en blanco, a la derecha o a la izquierda, para anotar las indicaciones de cámaras (tomas, distancias, alertamientos para ayudantes, etc.)

Algunos directores usan el pequeño espacio libre de la derecha para el cronometraje.

No se preocupe por indicar en el libreto planos, distancias, ángulos y otros detalles relacionados con el trabajo de las cámaras. Esa es tarea del director del programa.

Sin embargo, en casos muy especiales, usted puede indicar qué efectos desea lograr a través de la cámara. Puede señalar por ejemplo:

(ENFASIS EN EL ROSTRO DEL ESTUDIANTE) o (VISTA DE LARGA DISTANCIA DEL ESTUDIANTE, SEGUIDO DE ACERCAMIENTO LENTO DE CAMARA HASTA ENFOCAR EL ROSTRO DEL ESTUDIANTE EN CLOSE UP).

El ejemplo que sigue muestra cómo fue preparado el guión de un programa educativo. Su propósito era despertar el interés de un determinado grupo de agricultores, hacia el cultivo técnico de variedades mejoradas de frijoles.

MAESTRO DE CEREMONIAS SENTADO FRENTE A ESCRITORIO CUBIERTO CON CARPETA GRIS. FONDO CORTINA OSCURA. SOBRE EL ESCRITORIO UN GRUPO DE CARTELES.

FADE IN: MAESTRO DE CEREMONIAS

MAESTRO DE CEREMONIAS (MC)
Buenos días, amigos. Hoy, como todos los martes, estoy aquí con ustedes para conversar "agrícolamente", como dice el conocido agricultor, nuestro buen

amigo don Juan Cánovas, de Grecia.
Bueno, tengo noticias importantes para aquellos de ustedes que tienen tierras planas, mecanizables, y que estén dispuestos a emprender un cultivo que promete ser un buen negocio.
¿Díganme, cuántos quintales de frijoles cosechan ustedes ahora por manzana? No más de 20, verdad? Bueno, oigan esto: este año ustedes podrán cosechar de 50 a 60 quintales por manzana. Sí señores. Más producción, el mismo trabajo y ganancias mayores. Que cómo es eso me preguntan? Voy a decírselos: siembren frijoles de semillas seleccionadas.
De acuerdo con los informes que obtuve ayer, la Universidad de Costa Rica distribuirá semillas de variedades seleccionadas, en el curso del mes entrante. Estas semillas fueron importadas de los Estados Unidos y en seguida reproducidas en la Estación Experimental Fabio Baudrit. Aquí tienen ustedes lo que hicieron los especialistas de la Universidad, para reproducir las semillas:

(MC MUESTRA CARTEL NUMERO 4 Y SEÑALA CON EL DEDO CONFORME HABLA)

En este lote, los especialistas sembraron la variedad Kentucky, importada. Aquí, en este otro lote, sembraron la variedad criolla negrito. Como ustedes ven, la siembra se hizo en el mismo lugar de la estación, en lotes iguales.
En este otro lote

(MC MUESTRA CARTEL NUMERO 5 Y SEÑALA CONFORME HABLA)

sembraron la variedad Diamante y aquí la variedad criolla Pino. Todos los lotes fueron fertilizados dos veces y recibieron igual tratamiento.

Aquí tienen ustedes los resultados.

(MC MUESTRA CARTEL NUMERO 6 Y CONTINUA SEÑALANDO)

La variedad Kentucky produjo 54 quintales contra sólo 26 de la variedad criolla Negrito.
La variedad Diamante

(MC MUESTRA CARTEL NUMERO 7 Y SEÑALA)

produjo 53 quintales, contra 19 únicamente de la variedad criolla Pino.
Como ustedes ven las variedades importadas produjeron mucho más que las variedades criollas.
Bueno, como los resultados fueron tan prometedores, el año pasado los especialistas sembraron una cantidad más grande de semillas.

(CLOSE UP SOBRE FOTOGRAFIA NUMERO 1)

La plantación está creciendo vigorosamente, libre de plagas y enfermedades. Los técnicos me dijeron que esperan recoger unos 500 quintales de semilla, para distribuir entre ustedes. A propósito, el ingeniero Guillermo Iglesias,

(CLOSE UP SOBRE FOTOGRAFIA NUMERO 2)

Director de la Estación Experimental Fabio Baudrit, me pidió informar a ustedes que las semillas estarán disponibles a fines del mes entrante. Me informó que los agricultores que tienen terrenos planos y que pueden mecanizar sus cultivos, tendrán prioridad en la entrega de semillas. Y aquí hay algo que ustedes deben saber: al recibir las semillas, ustedes se comprometerán a sembrar de acuerdo con los métodos que recomiendan los técnicos de la Universidad, tales como siembra al contorno, fertilización planifica-

da, control preventivo de plagas y enfermedades, etc. Desde luego, éste es un compromiso que en vez de perjudicar, más bien favorece.
Por lo tanto, recuerden:

(C.U. SOBRE FOTOGRAFIA NUMERO 3)

Terrenos planos...

(C.U. SOBRE FOTOGRAFIA NUMERO 4)

Posibilidades para mecanizar el cultivo

(C. U. SOBRE FOTOGRAFIA NUMERO 5)

Siembra al contorno...

(C.U. SOBRE FOTOGRAFIA NUMERO 6)

Fertilización...

(C.U. SOBRE FOTOGRAFIA NUMERO 7)

y control de plagas y enfermedades.
No es mucho, verdad?

(M.C. VUELVE LA CARA HACIA VISITANTE QUE ENTRA. ENSEGUIDA DIRIGIENDOSE A LAS CAMARAS)
Vaya, vaya; aquí tenemos una sorpresa muy agradable. En estos momentos llega el ingeniero Carlos Salas. Carlos está a cargo del programa de semillas seleccionadas de frijoles, y estoy seguro de que tiene cosas muy interesantes para decirnos esta tarde.

(EL VISITANTE ENTRA. MC SE LEVANTA Y LO SALUDA MIENTRAS LE DICE):

(MC)

Hola Carlos; mucho gusto de verlo por aquí. Quiere sentarse?

Frecuencia y Duración del Programa

La frecuencia del programa es el intervalo de tiempo con que sale el aire. Puede ser diario, cada tercer día, semanal, etc.

La duración se refiere al tiempo que el programa permanece en el aire. Se mide en minutos. El programa no debe ser tan corto que el tema se trate en forma incompleta, ni tan extenso que canse al televidente, o lo recargue de información.

Continuidad

Debe haber continuidad de una emisión a la siguiente. Es decir, los programas deben aparecer como la parte de un todo. La continuidad contribuye a levantar y mantener el interés por un programa.

PRODUCTOR, GUIONISTA Y DIRECTOR

PRODUCTOR.—Es la persona que decide auspiciar y lanzar al aire un programa de televisión. Escoge el tipo de programa y el personal que trabajará en él.

El productor da indicaciones al guionista y al director acerca de lo que desea producir, para qué y por qué.

GUIONISTA.—Recibe del productor las indicaciones generales sobre el programa en que va a trabajar. Tiene plena autoridad en la elaboración del guión. No obstante, el productor puede rechazar un guión, si no le satisface.

Tenga presente las indicaciones dadas anteriormente sobre utilización de cámaras, escenario, sonido y continuidad.

Al concluir su guión y dejarlo en manos del director, terminan sus funciones. Usted no debe intervenir en los pasos siguientes. La dirección corre a cargo del director del programa. Naturalmente, esto no quiere decir que usted no puede o no debe discutir situaciones especiales con el director.

DIRECTOR.—Es el encargado de "realizar" el guión. Recibe de usted el libreto elaborado. Desde el momento en que lo recibe se convierte en la máxima autoridad del programa. Así como el guionista es autónomo en sus funciones, el director lo es en la misma forma.

Es deseable que el director, el productor y el guionista mantengan estrechas relaciones, en el período previo a la emisión del programa.

TECNICAS DE PRODUCCION

Para producir un programa pueden emplearse varias técnicas. Se puede utilizar una sola o combinar algunas de ellas. Las técnicas más comunes son:

EL PROGRAMA VIVO.—Consiste en realizar un programa a base de personas exclusivamente. Con esta técnica se presentan dramas, comedias y entrevistas. Tiene la ventaja de que pone al televidente en contacto más directo con personas reales.

PELICULAS.—Pueden ser mudas o sonoras. Si son mudas, desde el estudio se explica el contenido de la película. Esta explicación debe tener su propio guión.

En programas educativos se acostumbra emplear películas como complemento. Tienen la desvantaja de que pueden perder actualidad.

FOTOGRAFIAS.—Generalmente se emplean tomando la vista en Close Up. Los tamaños más utilizados son las de 8" por 10" y 10" por 14". Es conveniente averiguar en la estación televisora cuál es el tamaño que acostumbran usar.

GRAFICOS.—Son ayudas visuales utilizadas para la presentación de información estadística. Hay dos tipos de gráficos: fijos y animados.

Los gráficos fijos son aquéllos que se presentan utilizando las formas convencionales. Estos gráficos resultan poco interesantes, por lo que no es recomendable su uso, mucho menos en programas educativos para niños.

Los gráficos animados son los que se presentan utilizando dibujos en movimiento. Antes de planear una serie de gráficos animados, es recomendable consultar con un dibujante especializado en la producción de ilustraciones de este tipo, que requieren una técnica especial.

PROYECTOR POSTERIOR.—Esta técnica ayuda a ambientar un programa vivo. Se realiza de la siguiente manera: en la parte posterior del escenario se coloca una pantalla transparente. Detrás de ella hay un proyector. Sobre la pantalla se proyecta una película o un slide. En este último caso, si se desea obtener ambientes o fondos distintos, se puede cambiar el slide.

EFECTOS ESPECIALES.—Son tanto los efectos sonoros como los visuales. Usted debe conocer los que existen en la estación televisora y utilizarlos.

OTROS RECURSOS.—Ponga su imaginación al servicio del libreto. El empleo de un buen recurso en el momento oportuno contribuye al mejoramiento del programa que se presenta. El uso de animales, plantas y objetos, por ejemplo, pueden ser recursos de gran efecto, en determinado momento.

TERMINOLOGIA

Aquí se dan algunos de los términos más comunes en el lenguaje o terminología que se usa en televisión.

Al lado de la expresión en español, se incluye la forma en inglés. No existen normas definidas en esta materia.

Por lo general en cada estudio, se usan términos absolutamente propios. Sin embargo, se acepta que la terminología en inglés tiene un carácter más universal, por lo que se dan aquí las dos versiones.

La lista que sigue no es completa. Se excluyen los términos que, a juicio del autor, son los más necesarios en el presente caso.

TECHO (TILT UP) - Movimiento de la cámara en sentido vertical, hacia arriba.

PISO (TILT DOWN) - Movimiento a la inversa.

PANEO (PANNING) - Movimiento horizontal de la cámara, hacia la derecha o hacia la izquierda.

ADELANTE (DOLLY IN) - Movimiento de la cámara hacia adelante, para acercarla al objetivo.

ATRAS (DOLLY OUT) - Movimiento a la inversa.

ALEJAMIENTO (LONG SHOT) - Toma a distancia suficiente como para que, tratándose de personas, se vean de cuerpo entero, con espacio libre alrededor.

MEDIO ALEJAMIENTO (MEDIUM SHOT) - Toma a distancia menor que la de alejamiento. Personas de medio cuerpo o sentadas detrás de un escritorio.

ACERCAMIENTO (MEDIUM CLOSE UP) - Toma de menor distancia que la anterior. Busto de una persona, aproximadamente.

GRAN ACERCAMIENTO (CLOSE UP) - Toma de muy poca distancia. Rostro de una persona, sin ambiente a su alrededor.

SUPERIMPOSICION (SUPERIMPOSITION) - Empalme de dos imágenes en un solo cuadro. Las dos imágenes son visibles al mismo tiempo.

ENTRADA (FADE IN) Aparición gradual de una imagen en la pantalla que está oscura.

SALIDA (FADE OUT) - De luminosidad completa la imagen se va esfumando gradualmente hasta la oscuridad total de la pantalla.

DISOLVENCIA (DISSOLVE) - Desaparición gradual de la toma de una cámara para llevar al aire la toma de otra.

CORTE (CUT) - Paso rápido de la toma de una cámara a la otra.

INTERCORTES (INTERCUTS) - Varios cortes en serie.

AUDICION O SONIDO (AUDIO) - Parte sonora o acústica de la televisión.

BOOM o JIRAFA (BOOM) - Micrófono móvil en extensión de largo alcance y movimiento en todas las direcciones.

MICROFONO DE CORBATA - Pequeño micrófono que se cuelga del cuello o se prende de la solapa. Fácil de ocultar.

MICROFONO DE MESA - Similar al micrófono que se utiliza en radio.

MAESTRO DE CEREMONIAS (MASTER OF CEREMONIES) - Quien presenta un programa.

CONTINUIDAD (CONTINUITY) - Liga que debe existir entre las secuencias de un programa y entre programas.

TITULOS (TITLES) - Carteles generalmente dibujados que se usan a la entrada y salida del programa para dar créditos.

Redactado por Jorge Rodríguez C., de Televisión Educativa de Colombia. Diseñado por Orlando Ortega, del Ecuador. Fotografías de Francisco Soto, de Costa Rica. Cuarto Seminario de Comunicaciones Audiovisuales, patrocinado por la A.I.D. y la Universidad de Costa Rica. San José 1962.

T.V.

EL PUENTE QUE TENDIO VIRIGILIO.- Viernes 29set61 TV Canal 7 7:30 pm

Libreto: Estudiantes Tercer Curso Básico de Información del Instituto Interamericano de Ciencias agrícolas.

Personajes:

Locutor _____
Virgilio _____
Ingeniero _____
Lauro _____
Gregorio _____
Carmen Rosa _____
Cabezón _____
Mayorca _____
Isabelita _____
Alcalde _____
Lupe _____
Juan _____

Patrocinador: Televisora de Costa Rica Canal 7

V I D E O	A U D I O y actuación artistas
	Locutor:
SLIDE "río para super cartones"	(EN CABINA) Los Estudiantes del Tercer Curso Básico de Información
CARTON "3er Curso Básico de Información"	
CARTON "distintivo Instituto"	del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de Turrialba presentan...
CARTON "El Puente que tendió Virigilio"	El Puente que Tendió Virgilio.
	Anibal:
SLIDE "panorámica pueblito"	(EN CABINA) Este relato parece un cuento. Pero todo es real y hermoso, por ser una lección de convivencia humana. Y, algo más, de esperanza. Todo sucedió en un pueblito hondureño llamado San Antonio, a orillas del Río Padre. Tal vez debido a sus 250 habitantes, San Antonio no ha merecido siquiera una referencia geográfica, pero Luis Ramiro Beltrán lo convirtió en un símbolo para quienes, de una manera u otra, pertenecemos a ese pequeño ejército que

está invediendo los campos de América llevándole a los campesinos del continente un mensaje de fe en su destino (PAUSA) Todos los personajes de este relato son de carne y hueso. Sus vidas se transformaron debido a la fortaleza esperitual del hombre que tendió un puente sobre un río más real que el Río Padre, salvando así el abismo de la ignorancia y del progreso y de la miseria hacia la felicidad.

CAMARAS "parroquianos y empleados set cantina"

Varios:
(DEPARTEN Y SON ATENDIDOS POR CARMEN ROSA)

Virgilio:
(ENTRA CANSADO) Cómo les va,muchachos?

Varios:
(RESPUESTAS AMABLES)

Lauro:
Siéntate con nosotros, Virgilio.

Gregorio:
Carmen Rosa, tráele un trago a Virgilio.

Carmen:
(SIRVE Y CONTINUA ATENDIENDO DURANTE TODA ESTA ESCENA).

Virgilio:
Este invierno va a terminar con nosotros.

Cabezón:
Si sigue lloviendo perderemos todas las cosechas.

Mayorca:
Lo grave es que vamos a quedar aislados de Yaruca. El río Padre cada día crece más.

Todos:
(ASIENTEN)

Isabelita:
Los muchachos se quedarán sin escuela.

Virgilio:
Se los vengo diciendo desde hace tiempo. Te-

nemos que construir un puente sobre el río.

Lauro:

Tienes toda la razón, Virigilio.

Virigilio:

Así podremos sacar nuestras cosechas en invierno y los muchachos no perderán la escuela.

Lauro:

Pero no crees que quizá hay otros problemas más importantes que éste?

Isabelita:

Por encima de todo el problema de nuestros muchachos. Na sabemos que hacer con ellos y se pasan todo el día haciendo diabluras.

Virigilio:

Eso es cierto. Tenemos que hacer algo por ellos.

Todos:

(ASIENTEN)

Lauro:

No han oído algo sobre esos ingenieros STICA? Dicen que ellos quieren ayudar a los muchachos y les enseñan muchas cosas buenas.

Virgilio:

Sí, los conozco. Soy muy amigo de ellos. Creo que nos podrían ayudar.

Cabezón:

Pero, qué nos van a ayudar esas gentes del gobierno! Qué saben de nuestras cosas!

Gregorio:

Hombre, no te apures, no debemos pensar siempre mal.

Mayorca:

Se me ocurre una cosa: Ya que estamos aquí reunidos la mayoría de nosotros...

Lauro:

(SONRIENTE) Y lo mejorcito del pueblo, aun-

que les pese...

Mayorca:

Propongo una cosa: Que Virgilio, que es amigo de ese ingeniero, le hable para ver si nos puede ayudar.

Virgili

Mejor vamos todos. Así se dará cuenta de que tenemos interés en el asunto.

Todos:

Sí, vamos todos. Virgilio tiene razón. (SIGUEN CONVERSANDO).

Aníbal:

(EN CABINA) En el alma de Virigilio se encendió una lucecita inextinguible. Como sucede siempre, después de la charla en la pulpería, la idea se perdió y muchos la olvidaron, pero... en Virgilio quedó latente. No perdió ocasión para insistir en ella hasta convencer a sus amigos, para que se interesaran en conversar con el ingeniero de STICA.

SLIDE "panorámica pueblito"

Ingeniero:

(SENTADO ANTE ESCRITORIO SE LEVANTA A ABRIR LA PUERTA) Adelante, Virgilio...

CAMARA "set oficina ingeniero, toma ingeniero, etc."

Virgilio:

(LE DA LA MANO) Buenas tardes, ingeniero.

Ingeniero:

(A LOS DEMAS) Pasen. Pasen y acomódense, amigos.

Todos:

(ENTRAN Y SE VAN SENTANDO)

Virgilio:

Como le prometí a usted, aquí estamos todos. Venimos para que nos explique algo acerca de los clubes de muchachos de la STICA. Claro, si no es mucho pedir.

Ingeniero:

Cómo no, amigos. Con mucho gusto. (TRANS) Lo

primero que les quiero decir, es que esos clubes clubes no son de STICA. Son los mismos muchachos los que los han formado. Nosotros, los agentes de extensión, los orientamos y aseosramos en sus problemas.

Cabezón:

Ingeniero, yo tengo seis hijos y ellos no tienen problemas. Qué problemas pueden tener?

Ingeniero:

Lo felicito, amigo, tiene usted mucha suerte.

Gregorio:

Mira, Cabezón, no es por contradecirte; pero el otro día se te veía preocupado y rezongabas que tu hijo menor te iba a sacar canas verdes, que se pasaba todo el día vagando.

Cabezón:

Sí, pero eso es un problema para mí, no para mi hijo. El vive contento.

Ingeniero:

Yo creo, amigo, que sí es un problema de su mucahcho. No será que él sólo piensa en travesuras porque no encuentra otra forma mejor de entretenerse? Tal vez si tuviera un lugar donde reunirse con sus amigos para discutir sus cosas, o jugar... No cree que se acabarían así el problema de su hijo y el suyo también?

Cabezón:

Bueno... si fuera así, tal vez.

Ingeniero:

Nuestro trabajo de extensión con los clubes juveniles, consiste en eso justamente: en dar oportunidad a los muchachos a que desarrollen destreza en su trabajo, para que aprendan cosas útiles y para ayudarles a encontrar una forma de divertirse sanamente.

Esta es la misión que cumplen los clubes juveniles agrarios.

Anibal:

CTO "grupo jóvenes club"

(EN CABINA) La idea tomó cuerpo impulsada por Virgilio. Se fundó el Club Juvenil Agrario de San Antonio. Era cosa de ver a los chiquillos. Apenas terminaban las clases, salían disparados hacia su club para turnarse en el trabajo. No pasó mucho tiempo sin que la población de San Antonio viera cosechar las mejores hortalizas de la región. De la venta guardaron parte del dinero para fondo del club. El resto se distribuyó entre los socios. El libro escolar que faltaba, un par de pantalones nuevos, unos refrescos más. Por primera vez en su vida, esos niños de San Antonio ganaban con su trabajo algo más que su sustento. Felicidad y orgullo. Y la evidencia de que trabajando unidos podrían ser mejores. Este trabajo de los niños de San Antonio no podía pasar desapercibido para la demás gente del pueblo, quienes por iniciativa de Virgilio, decidieron ayudar a los muchachos.

SLIDE "panorámica pueblito"

Varios:

CAMARA "varios en cantina"

(DEPARTEN EN CANTINA) Amigos, aprovenchando que todos estamos reunidos aquí, quisiera plantearles un problema que tienen los muchachos del club. Ustedes bien conocen el trabajo que ellos hacen.

Todos:

(ASIENTEN)

Virgilio:

(CONTINUA) El esfuerzo que realizan merece nuestro apoyo. Desde hace tiempo, ellos desean construir un local para su club y creo que debemos ayudarlos.

Juan:
Yo estoy de acuerdo con Virgilio. Me parece muy justo que nosotros recompensemos el esfuerzo de los muchachos. Sin pensarlo dos veces, les obsequio la casita que tengo a la salida del pueblo.

Ingeniero:
No saben ustedes lo contentos que se pondrán los muchachos. Ellos podrán desarmarla y construir una sola sala. Por ahora, yo me ofrezco para hacer los planos. Pero necesitarán puertas y ventanas nuevas.

Alcalde:
Yo pagaré con mi propio dinero las puertas que sean necesarias.

Lauro:
Yo tengo unas ventanas que les pueden servir.

Mayorga:
Los picaportes y cerrojos corren por micuenta

Isabelita:
Nosotras, las mujeres, haremos las cortinas y los adornos.

Virgilio:
No esperaba menos de ustedes. Veo que están dispuestos a ayudarlos y que, además, creen en ellos. Les agradezco en su nombre. Al fin van a tener su local. Muchas gracias, amigos. (TRANS) Lamento dejarlos; pero no puedo contenerme más tiempo sin comunicarles la nueva. (SALE)

Anibal:
(EN CABINA) El local para el club fue construido. Pero los muchachos no se detuvieron ahí. A este proyecto siguieron otros más, los cuales fueron coronados por el mejor de los éxitos, debido a la cooperación de todo el pueblo. El puente sobre el Río Padre aún

FOTO "muchachos construyendo"

FOTOS "varias fotos labores se pasan al gusto director"

no se ha construido. Pero Virgilio confía en los muchachos y espera que ellos, algún día, realicen esa obra. Lo que Virgilio quizás no sepa, es que ha tendido para su pueblo, un puente más fuerte y duradero que el puente sobre el Río Padre: aquel puente que lleva de la ignorancia al progreso... de la miseria a la felicidad.

LIDE "río para super cartón"

ARTON "El Puente que Tendió Virgilio super con slide"

Locutor:

ARTON "esta fue una presentación de"

(EN CABINA) Esta fue una presentación de...

LIDE "panorámica pueblito"

ARTON "3er curso básico de Información, super slide"

El Tercer Curso Básico de Información del

ARTON "distintivo Instituto"

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de Turrialba. Instructor: Saulo García Madrigal. Un programa experimental, que ha llegado hasta ustedes por una cortesía de Televisora de Costa Rica, Canal 7 y en el que participaron alumnos de Argentina, Colombia, Costa Rica, Honduras, El Salvador, México, Nicaragua, Uruguay y Venezuela.

F I N

EL SHOW DE SAULO presenta: P I S C O S I S .-

Lunes 25set61 9:30 pm Canal 7

Libreto: Saulo García Madrigal

Patrocinadores: Lanolin Plus
Almacén El Emporio
Mueblería La Industrial
Pomada Mac Rosada
Palma y Co.

V I D E O	A U D I O y actuación artistas
	Actor:
CAMARA "mano actor con revolver y disparos"	(DISPARA REVOLVER TRES VECES)
CARTON "Para Mouse"	(DISCO MUSICA DRAMATICA DURANTE PRESENTACION)
CARTON "presenta"	
CAMARA "primer plano de coco"	
CARTON "Piscosis" superimpuesto al coco disolvencia a..."	
	Locutor:
CARTON "panorámica ciudad"	(EN CABINA) Esta es la narizona ciudad de Fénix. Perdon. La ciudad de Fénix, Narizona. Es el día 11 de diciembre del año que a ustedes les parezca mejor. En uno de esos edificios y en en uno de sus cuartos, Marion y Sam, han tenido una entrevista. Esa entrevista ha terminado y ambos se disponen a separarse, únicamente porque ella tiene que regresar a la oficina. Suponemos que Marion es Myriam mal escrito.
	Marion:
CAMARAS "Marion y Sam"	(ACOMPAÑADA POR SAM EN CUARTO DE UN HOTEL) Sam, esto no puede seguir así
	Sam:
	(ABROCHANDOSE LA CAMISA y MANCORNILLAS) No, ¿verdad que no?
	Marion:
	No. Tienes que casarte conmigo.
	Sam:

¡Casrme contigo! Pero, Marion, ¿estás loca? El año pasado ya era bígamo. Me presentaste una amiga. Me casé con ella, me convertín en trígamo. Me caso ahora contigo, me convierto en cuadrúpedo, digo, cuadrígamo.

Marion:

Está bien, no discutamos más. Nos vemos después. Tengo que ir a la oficina. Adiós. (SE VA)

Sam:

CAMARAS "primer plano rostro Sam" (ARQUEA LA CEJAS ROMANTICO) Marion, Marion, Marion... ¡Hijo, tengo que irme!

Mecanógrafa:

CAMARAS "oficina en que trabajan mecanógrafa y Marion" (ESTA ESCRIBIENDO EN MAQUINA Y COMIENDO ALGO)

Marion:

(ENTRA Y VA A SU ESCRITORIO) ¿No ha venido el jefe?

Mecanógrafa:

Ahorita debe venir. Anda con un cliente.

Lowery:

(ENTRA ACOMPAÑADO DE CASSIDY) Buenas señoritas. Les presento al Cassidy.

Cassidy:

(QUE HA ENTRADO CON LOWERY) Mucho gusto, señoritas.

Marion:

¿Cassidy? ¿Hopalong Cassidy?

Cassidy:

No. Ese es otro.

Lowery:

Bueno, Cassidy. Puedes darle el dinero a la señorita Marion.

Cassidy:

No traigo dinero en efectivo, pero

tengo un entero de chances premiado con el mayor. Cinco mil pesos. ¿Me aceptas que le pague con chances?

Lowery:

Está bien, dáselos a Marion. (SIGUE HACIA SU DESPACHO)

Cassidy:

(SACA LOS CHANCES SE LOS DA A MARION) Tome, preciosa.

Lowery:

(VUELVE) Vaya cambie esos chances ya.

Marion:

Está bien. Iré a cambiarlos inmediatamente.

Lowery y Cassidy:

(SALEN HACIA EL DESPACHO DE LOWERY)

Marion:

(PONE LOS CHANCES EN UN SOBRE GRANDE RECOJE TODAS SUS COSAS DE LAS GAVETAS. MALICIOSAMENTE PONE LOS CHANCES EN SU CARTERA, TOMA TODO LO SUYO Y EMPIEZA A SALIR)

Mecanógrafa:

(QUE HA ESTADO MIRANDOLA) Adiós, Marion. (SUSPIRA) ¡Qué suerte tienes!

Marion:

Adiós, gracias. (SE VA)

CAMARAS "disolvencia a negro y a imagen transición tiempo misma oficina"

Lowery:

(ENTRA DE SU DESPACHO) ¿Ya vino Marion con el dinero de los chances?

Mecanógrafa:

No, señor, no ha venido.

Lowery:

Qué extraño, hace más de tres horas se fue. Esto me huele mal. Avíseme a-

	Marion:
CAMARAS "Marion arreglando valija)	(TERMINANDO ARREGLAR VALIJA TOMA BILLETES QUE ESTAN CERCA VALIJA Y CUENTA) Bla, bla, bla, cinco mil. (SUSPIRA) Cinco mil. (CONTINUA CON VALIJA)
	Locutor:
	Marion no volvería esa tarde a la oficina. Tal vez otro día si se arrepiente, vuelva. ¿Ustedes que piensan? A mi no me gusta juzgar mal a la personas pero esto huele a robo.
	Marion:
	(CIERRA VALIJA Y SALE)
	Locutor:
PELICULA "fragmento de película con tráfico autos"	Una vez con el dinero de los chanees en su cartera y ya hecha la valija, Marion tomó su carro y salió que le volaba el pelo a reunirse con Sam, su amor imposible, con la esperanza de que cinco mil lo hicieran posible. Cansada de manejar y después de haber cambiado su carro por otro, llegó al
CARTON "Motel Bates"	Motel Bates, donde en otros tiempos se habían hospedado todos los grandes bates de las grandes ligas de los Estados Unidos, razón por la que le pusieron este nombre.
	Blues Kiss:
CAMARA "despacho motel, mostrador, al fondo espacioso pájaros y animales disecados, unas sillas detrás mostrador"	(DETRAS MOSTRADOR MOTEL ARREGLA ALGO)
	Marion:
	(ENTRA HASTA MOSTRADOR) Buenas. ¿Uste es el encargado del motel?
	Blues Kiss:
	Sí, señorita. A sus órdenes.
	Marion:
	¿Tiene cuartos disponibles?
	Blues Kiss:
	Desde luego. Tenemos doce cuartos y los doce están vacios. Hace mucho vien

to y es tan fuerte que desvía los carros por la otra carretera. Nadie viene desde hace tiempo.

Marion:

Qué pena. Tan lindo el motel suyo.

Blues Kiss:

Gracias. Voy a darle el cuerto número uno que está pegado a esta oficina. Así, cuando necesite algo, me toca la escenografía, digo, la pared y yo la atiendo en seguida.

Marion:

Gracias. Tengo hambre.¿No hay nada que comer por aquí?

Blues Kiss:

Aquí en el motel no hay nada. Pero hay un restaurant muy bonito a trescientas millas de aquí. Si quiere va y vuelve.

Marion:

No, gracias. No siento deseos de caminar y estoy cansada de manejar.

Blues Kiss:

Yo sé lo que vamos a hacer. La invito a que suba a mi casa, aquí a la par y cenamos juntos.

Marion:

(LO MIRA DESCONFIADA)

Blues Kiss:

No me interprete mal. Cenaremos con mi mamá. Ella está en la casa. Nada más déjeme ir a pedirle permiso. Tome la llave de su cuarto. Ya regreso para que vayamos a comer. (SE VA)

Marion:

CAMARA "cuarto No..1 con cama, ventana, mesita, baño con cortina"

(ENTRA A CUARTO PONE SU VALIJA DONDE SEA MAS COMODO Y PONE ATENCION A LA DISCUSION QUE SE ENTABLA ENTRE BLUES KISS Y SU MAMA A GRITOS)

Blues Kiss:

Pero mamá, es una buena muchacha.

Madre:

(BLUES KISS DOBLANDO LA VOZ) ¡No, no! De ninguna manera. Ninguna mujer de esas que andan solas por los caminos, va a venir a conquistar a mi precioso hijo.

Blues Kiss:

Es sólo un momento que subirá a comer con nosotros. No hay nada malo en eso.

Madre:

Nunca. Ya verá esa mujerzuela lo que le voy a hacer. Dile que se vaya de aquí o no respondo...

Marion:

(HABLA SOLA) Se enojó la señora.

PAUSA

Blues Kiss:

(LLEGA CON BANDEJA) Mejor le traje la comida. Y si usted prefiere, para evitar cualquier cosa, vamos a mi oficina a comer. (SE DEVUELVE CON SU BANDEJA)

Marion:

Está bien. (LE SIGUE)

Blues Kiss:

CAMARA "oficina Blues Kiss entran ambos y se sientan a que coma ella"

Pase adelante y se sienta, para que coma tranquila.

Marion:

Gracias. (SE SIENTA Y COME MIENTRAS CONVERSA) Se enojó su mamá, ¿verdad?

Blues Kiss:

No. Es que me cuida. Ella sabe lo que tiene. Además, es un poco rara.

Marion:

Nosotros teníamos una tía igual y la metimos a un asilo de...

Blues Kiss:

¿Sugiere usted que mi mamá esta loca?

Marion:
No... claro que no. ¡Qué lindo animal eso!

Blues Kiss:
¿Le gusta? Yo lo disequé. Me gusta mucho la taxidermi... (SE ENREDA MUCHO)

Marion:
Bueno, me voy a bañar.

Blues Kiss:
(VUELVE A VER EL CUADRO POR DONDE VA MIRAR A TRAVES DE LA PARED) Si, apúrese y que le aproveche.

Marion:
Gracias. (SALE A BAÑARSE)

CAMARA "a cuarto No. 1 interior"

Marion:
(ENTRA CUARTO NO 1 SACA LOS BILLETES DEL SÓBRE LOS PONE EN UN PERIODICO Y DOBLA Y EMPIEZA A DESVESTIRSE)

CAMARA "oficina"

Blues Kiss:
(VA HASTA CUADRO LO CORRE Y EMPIEZA A MIRAR A TRAVES DE HUECO EN LA PARED)

Marion:
(PIES DESCALZOS SIMULAR ESTA DESNUDA SALEN HACIA BAÑO)

CAMARA "pies descalzos Marion salen hacia baño camara llega hasta cortina baño, sube por ella, y juega un rato disolvencia a oscuro total y a imagen nuevamente.

Madre:
(ENTRA ABRE CORTINA BAÑO VIOLENTA)

Marion:
(GRITO DISCO)

Madre:
(ALZA BASTANTE MANO CON PUÑAL)

Doble madre:
(BRAZO ALZADO CON PUÑAL IDENTICO CAE

CAMARA "toma alta solo mano que

aparece solo cuando sube con el puñal"

CAMARA "toma cccc"

Y SUBE VARIAS VECES SIMULANDO APUÑALEAR A MARION)

Locutor:

(EN CABINA) ¿Quien será el asesino?

Alfred Mitchcock:

Esta es mi Piscosis. Queda trunca mi Piscosis, para que usted pase toda una semana pensando quien sera el criminal y nos vea la semana entrante en la continuación de...

CARTON "Piscosis"

Piscosis.

PELICULA "los Bobcats en Complainin' para super cartones"

CARTON "a la una"

CARTON "a las dos"

CARTON "y a las tres"

CARTON "se acabó"

CARTON "El Show de Saulo"

F I N

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA.
ZONA ANDINA
Proyecto 39 - Programa de Cooperación Técnica
Lima - Perú

UN PROGRAMA DE TELEVISION AGRICOLA PARA COLOMBIA

Informe de Servicio de Asesoramiento al
Servicio Técnico Agrícola Colombiano-Americano

Luis Ramiro Beltrán
Especialista en Información

LIMA Diciembre de 1961 PERU

C O N T E N I D O

I: ANTECEDENTES

La Oficina Regional para la Zona Andina del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (Proyecto 39 del Programa de Cooperación Técnica de la OEA) recibió una solicitud de asesoramiento por parte del Servicio Técnico Agrícola Colombiano Americano. Deseaba dicha entidad cooperativa que se le prestara asistencia técnica en el encauzamiento de un programa agrícola de televisión.

En diciembre de 1961, se asignó por dos semanas a Bogotá al Especialista en Información, señor Luis Ramiro Beltrán, para que atienda dicha solicitud.

El indicado funcionario celebró varias entrevistas con altos personeros del STACA, del Ministerio de Agricultura y de la Televisora Nacional. Organizó, con algunos de ellos, un pequeño grupo de trabajo con cuya colaboración efectuó el servicio. Dividió su cooperación en una fase de asesoramiento destinada a establecer la estructura administrativa necesaria para el programa y en otra fase técnica, destinada a adiestrar - en forma intensiva, práctica y breve - a los dos encargados principales del mismo. Ellos fueron Enrique Motto, de la Sección de Comunicaciones del STACA, y Gustavo Andrade, del Departamento de Información de la División de Extensión. Adicionalmente, orientó también un programa de estudios en el exterior para el señor Motto. Los jefes de las secciones antes citadas, señorita Susana Amaya y señor Aníbal Noguera, respectivamente, prestaron estrecha cooperación a este proceso de capacitación en servicio.

Dentro de las limitaciones del tiempo disponible, el asesor pudo dejar establecidas las bases mayores del trabajo y alcanzó a dirigir el planeamiento y la redacción de los guiones para un primer programa experimental.

El presente informe consigna todos los documentos principales producidos dentro de este trabajo. Se espera que sirvan de referencia general para personas que, en otros países, tuvieran interés en seguir el paso precursor de Colombia en materia de televisión agrícola.

II: RECOMENDACIONES GENERALES

1. Que se establezca un Comité de Producción integrado por los siguientes funcionarios:

   - jefe de comunicaciones del STACA
   - jefe de información del Ministerio de Agricultura
   - asesor de comunicaciones del D.I.A.
   - encargado de producción del STACA
   - encargado de producción del Ministerio de Agricultura
   - dibujante del STACA

   También formarán parte de este comité, pero no en forma permanente, el o los técnicos de la materia de que trate cada programa.

2. Que el Comité de Producción efectúe una operación de Acopio de Ideas para Temas en las distintas dependencias del Ministerio de Agricultura, en el STACA, en el Departamento de Investigación Agrícola (DIA), en la Federación de Cafeteros, en la Caja Agraria y en las demás instituciones nacionales encargadas de programas de desarrollo agrícola y rural.

3. Que, una vez acopiados los temas, el Comité de Producción escoja de ellos los que considere realizables según las posibilidades y limitaciones de las entidades auspiciadoras del programa de televisión y que - hecha tal selección - señale un Orden de Prioridades para los temas escogidos.

4. Que, sobre el Orden de Prioridades, se establezca un Calendario General de Programación por Trimestres.

5. Que la frecuencia de emisión del programa de televisión se cambie de quincenal a semanal, haciendo los arreglos del caso gradualmente con la Televisora Nacional, y que - para este fin - se suspenda la producción del programa quincenal, volviendo al aire con el semanal a fines de febrero o principios de marzo.

6. Que se hagan gestiones con la Televisora Nacional para conseguir que ésta asigne al programa de televisión una hora más adecuada, situada, probablemente, entre las 7 y las 8 de la noche, preferentemente entre lunes y viernes.

7. Que, en cuanto al destinatario del programa, no se mantenga la intención de tratar de alcanzar simultáneamente mediante él tanto al público urbano en general como a un cierto sector del público rural, ya que el alcance de la televisión a los agricultores es prácticamente nulo en el país, por el momento.

8. Que se tenga como público definido al de la ciudad - en particular, los jefes de familia - y que, por tanto, el programa tenga objetivos de publicidad agrícola institucional y no de educación agropecuaria informal.

9. Que, en concordancia con ese temperamento, se substituya el actual formato mixto (noticias,-entrevistas- películas u otros), por un formato en que sólo se trate un tema promotivo por programa, cubriendo un sólo asunto por vez.

10. Que, en general, se prefiera un tratamiento semidramatizado para dar atractivo y amenidad al programa y que se produzca éste de modo que pueda competir menos desfavorablemente con los atractivos de los programas comerciales corrientes, salvadas las diferencias del caso.

11. Que se asignen las responsabilidades permanentes de producción del programa semanal de 15 minutos a dos funcionarios: uno del STACA, a tiempo completo, y otro del Ministerio, a medio tiempo, contándose además con los servicios de la dibujante del STACA.

12. Que se consignen las siguientes funciones principales:

- Coordinación de la Producción
- Redacción de Guiones y Dirección Artística
- Ilustración y Montaje

13. Que el funcionario encargado del STACA asuma la función de Coordinador de la Producción, con las siguientes obligaciones principales:

- Obtención de Documentos de Referencia sobre Temas
- Obtención de Materiales de Ilustración
- Cooperación en el Planeamiento de Programas y Redacción de Guiones
- Secretariado del Comité de Producción
- Archivo de Programas
- Evaluación de Programas
- Enlace y Supervisión de Todos los Elementos Involucrados en el Montaje de Guión o Producción Propiamente Dicha.

14. Que el funcionario encargado del Ministerio asuma las funciones de Guionista y Director Artístico, con las siguientes obligaciones principales:

- Redacción de Resúmenes de Temas
- Redacción de Esbozos de Tratamientos
- Redacción de Guiones de Producción
- Supervisión y coordinación de la producción de dibujos, fotografías, modelos, maquetas y otras ayudas visuales para los programas.
- Supervisión y coordinación de escenografía, música, vestuario y utilería, iluminación, actuación y otros aspectos artísticos similares de la producción.

15. Que, a despecho de esas atribuciones especializadas, la responsabilidad sea mancomunada y el trabajo se haga en equipo.

16. Que se logre el respaldo de las principales autoridades agrícolas del país para el programa.

17. Que, oportunamente, se tomen medidas para evaluar el programa.

18. Que se procure proporcionar adiestramiento en producción de televisión a los encargados del programa.

19. Que no se cifre el programa en la producción de películas ya que éstas, en caso de producirse, tendrían un fin didáctico y un público rural en vez de un fin promotivo y un público urbano.

20. Que, por separado, se estudien las posibilidades de establecer gradualmente un pequeño sistema de producción de películas educativas para agricultores, algunas de las cuales - o segmentos de ellas - podrían eventualmente usarse en el programa de televisión.

III: PROGRAMACION DE LA PRODUCCION

1. Recomendaciones sobre Organización

1. Para poder mantener, eficiente y cumplidamente, un programa semanal de televisión es indispensable organizar la producción en forma precisa y rigurosa. Sin un planteamiento administrativo de tal naturaleza, el programa correría riesgos en la conservación de su exacta continuidad y frecuencia - base para su éxito - y, en el mejor de los casos, su calidad no podría sostenerse en el alto nivel que es deseable.

2. Sobre la base de un funcionario de tiempo completo y otro de medio tiempo, más la ayuda del Comité de Producción, el asesor considera posible el programa semanal. Para ello, debe pensarse en términos de una Producción en línea contínua de montaje o producción en serie.

3. Concretamente, mientras un programa esté ya en el aire - fase de emisión - otro debe estar en la fase de montaje, otro en la fase de tratamiento y guión y otro en la fase de planeamiento y documentación. Sólo de esa manera será posible asegurar la exacta continuidad y frecuencia del programa. El proceso total de realización de cada programa, por tanto, se extenderá - ya en pleno funcionamiento rutinario de la programación - a cuatro semanas consecutivas.

4. Específicamente, las etapas en que se descompone la producción son las siguientes:

1) Documentación
2) Redacción del Resumen
3) Primer Análisis por el Comité
4) Redacción del Esbozo de Tratamiento
5) Segundo Análisis por el Comité
6) Redacción del Guión Técnico o Libreto de Emisión
7) Tercer Análisis por el Comité
8) Montaje
9) Ensayo en Oficina
10) Ensayo en Estudio
11) Emisión
12) Evaluación
13) Conservación

Las tareas correspondientes a cada una de estas etapas se describen, en breve detalle, en la "Guía de Procedimiento de Producción"

5. Como el programa es nuevo y el personal no es experimentado, se recomienda que, como primera medida, una vez formulada la Lista Selectiva de Prioridades de Temas, dicho personal se dedique exclusivamente al acopio de documentación sobre un mínimo de 6 temas completos y a la redacción de los resúmenes correspondientes a esos temas, resumenes que deben quedar - despues de su primer análisis - completamente revisados y copiados en limpio, con el formulario de encabezamiento de que se deja modelo en el resumen del programa experimental. Esta labor de acopio de documentos y redacción de resúmenes debe realizarse entre el 15 de Enero y el 10 de Febrero. Durante ese lapso, no habrá tareas ni de montaje ni de emisión del programa.

6. Teniendo listos los resúmenes de documentación de 6 temas - especie de pequeño "arsenal" de "materia prima" - el 12 de Febrero comenzará la tarea de montaje y emisión de esos temas. El primer programa de la nueva serie semanal deberá salir al aire en la semana del 5 al 10 de Marzo.

7. El ritmo de producción entre el 12 de Febrero y el 24 de Marzo será relativamente lento y la producción será relativamente cómoda gracias a la acumulación previa de resumenes documentales de temas y en virtud de la necesidad de graduar la experiencia y rendimiento de los encargados del programa.

8. A partir del 26 de Marzo, dicho ritmo tendrá que acelerarse. Esa fecha corresponderá a la iniciación de la producción del Programa N° 7 que no habrá sido ya documentado y resumido con anticipación. Por tanto, a partir de esa semana, habrá que incluir también en la rutina las labores de documentación y resumen para los programas subsecuentes. Esto hará el tiempo más estrecho para los encargados del programa ya que sus labores se verán recargadas. Se espera, sin embargo, que para esa fecha ya habrán encaminado sus operaciones dentro de este sistema de modo que ese ritmo de trabajo les resulte habitual.

9. Cualquier demora en la documentación de los programas que vengan a continuación del N° 6 podrá desorganizar seriamente el sistema de producción que se sugiere.

10. Se adjunta un Calendario Tentativo de Programación que cubre el período Febrero 12-Abril 14, 1962. Los programas marcados como 1-2 3-4-5-6-7 en dicho calendario contendrán los temas señalados con igual numeración en la Lista de Prioridades. Los encargados del programa, con la supervisión del Comité, deberán preparar el próximo calendario que cubra otros seis temas de programa y así sucesivamente, con la máxima anticipación posible y deseable.

2. Lista de Temas en Orden de Prioridad

1. El Campesino y Usted
2. Qué es la Reforma Agraria
3. Qué es la Colonización
4. Qué es la Investigación Agrícola
5. Qué es la Extensión Agrícola
6. Qué es el Fomento Agropecuario
7. Qué es la Enseñanza Agrícola Superior
8. Qué es el Crédito Agrario
9. La Agricultura de Consumo en Colombia
10. La Agricultura de Exportación de Colombia
11. La Relación de la Agricultura con la Industria
12. Qué es la Conservación de los Recursos Naturales
13. La Riqueza Forestal de Colombia
14. La Caza, la Pesca y Usted
15. Meteorología y Agricultura
16. La Economía del Hogar

17. Qué son los Clubes 4-S
18. Qué es la Comunicación en la Agricultura
19. Qué son las Cooperativas Agrícolas
20. Le Provoca un Tinto?: Pequeña Historia del Café en Colombia
21. El Tabaco y Usted
22. Biografía del Maíz
23. El Bisté que Usted se Come....
24. Fomento Ovino
25. Las Industrias Agrícolas Menores
26. Qué pasa con el Cacao
27. Las Fibras en Colombia
28. Los Cultivos Frutales
29. La Papa en Colombia
30. Arroz y Frijoles
31. Usted y el Ministerio de Agricultura
32. El Instituto Codazzi
33. La FAO en Colombia
34. Qué es el IFA
35. Qué es la Federación Nacional de Cafeteros
36. Qué es el STACA
37. Qué es el Instituto de Fomento Tabacalero
38. Qué es el INA
39. Pro-Cebada
40. Qué es la Caja Agraria
41. Qué es el DIA

CALENDARIO DE TRABAJO PARA EL PERIODO FEBR

PROGRAMA Nº.	FEBRERO 12-17	FEBRERO 19-24	FEBRERO 26 MARZO 2	MARZO 5-10	MARZO 12-17	MAR 19
-1-	Tratamiento 2º Análisis Guión 3º Análisis	Montaje	- - - -	Ensayo Of. Ensayo Est. Emisión Evaluación Conservación		
-2-		Tratamiento 2º Análisis Guión 3º Análisis	Montaje	- - - -	Ensayo Of. Ensayo Est. Emisión Evaluación Conservación	
-3-			Tratamiento 2º Análisis Guión 3º Análisis	Montaje	- - - -	Ensay Ensay Emisi Evalu Conse
-4-				Tratamiento 2º Análisis Guión 3º Análisis	Montaje	- -
-5-					Tratamiento 2º Análisis Guión 3º Análisis	Monta
-6-						Trat 2º A Guió 3º A
-7-						

4. Primera Lista Cronológica de Emisión

Nº del Programa	Título del Programa	Fecha de Emisión
1.	EL CAMPESINO Y USTED	Marzo 5-10
2.	QUE ES LA REFORMA AGRARIA (1)	Marzo 12-17
3.	QUE ES LA REFORMA AGRARIA (2)	Marzo 19-24
4.	USTED Y EL MINISTERIO DE AGRICULTURA	Marzo 26-31
5.	QUE ES LA INVESTIGACION AGRICOLA	Abril 2-7
6.	QUE ES LA EXTENSION AGRICOLA	Abril 9-14
7.	QUE ES EL FOMENTO AGROPECUARIO	Abril 16-21

IV: GUIA DE PROCEDIMIENTO DE PRODUCCION

1. Documentación: Siguiendo el Calendario Trimestral de Programación, se documentará el tema correspondiente a cada semana. Para ello podrán usarse métodos como estos:

   - entrevista con las fuentes de información para tomar notas;
   - acopio y estudio de referencias escritas sobre el tema (folletos, informes, libros, etc.);
   - visitas de familiarización a sitios e instalaciones involucrados en el tema.

2. Resumen: Como resultado de la documentación, se preparará un Resumen del Tema. Será relativamente corto (máximo 4 páginas de carta a renglón seguido). En él se consignarán, con claridad y precisión, pero en forma breve y numerada, los detalles correspondientes a cada uno de los puntos de la información obtenida. En esta etapa, la redacción se limitará a expresar los elementos del contenido del tema sin consignar aún ninguna indicación relativa a la forma de realización o tratamiento de producción. El redactor omitirá todo dato que considere obviamente innecesario o insustancial. Sin embargo, consignará bastante información sin aplicar aún a ella criterios selectivos o formas de ordenamiento. Como norma, cada resumen tendrá siempre y naturalmente bastante más información de la que se pueda comunicar en un programa de televisión de 15 minutos. Así habrá un buen márgen de selección.

3. Primer Análisis: Los encargados de producción deberán presentar - en suficientes copias mecanografiadas - el Resumen del Tema a consideración del Comité de Producción. Este, en esta primera instancia, discutirá para decidir:

   a) cuáles de los puntos del tema deben necesariamente ser consignados y cuáles podrán ser dejados por fuera;
   b) cuáles puntos merecerán mayor importancia que otros y en qué orden será conveniente desarrollarlos;
   c) cuáles de los puntos del tema merecerán corrección, aclaración o ampliación. En esta etapa será de particular importancia la participación del Asesor Técnico de la materia con quien deberá verificarse la exactitud y corrección de la información reunida.

4. Tratamiento: Con las decisiones y recomendaciones del Comité sobre el contenido del programa, el guionista redactará un Esbozo de Tratamiento del Tema. En este trabajo, que no debe exceder de dos páginas carta a renglón seguido, el guionista expresará en líneas generales la forma en que piensa desarrollar el tema, ya desde el punto de vista audio visual. Además de dar una idea del lineamiento y estructura del programa, consignará brevemente indicaciones preliminares relativas al personal, equipo, material, vestuario, escenografía, música iluminación, utilería, etc. Este esbozo, sin embargo, no será redactado en forma de guión técnico de producción con todos los detalles precisos. Será, más bien, una sinopsis, breve pero precisa, del esqueleto básico de la programación.

5. Segundo Análisis: Copias mecanografiadas del Esbozo de Tratamiento deberán llegar a todos los miembros del Comité para que, individualmente, se compenetren del asunto por adelantado. Luego, el Comité se reunirá para analizar el tratamiento propuesto. Los encargados del programa explicarán las razones que los alentaron para optar por cada uno de los detalles del tratamiento y pedirán la opinión de los demás miembros del Comité. En este punto ya no interesarán los comentarios sobre el contenido, sino aquellos referentes a la forma de comunicación del tema. En cuanto a la estructura y a la secuencia del esbozo, el Comité deberá indicar si considera que es la que corresponde al resumen del tema aprobado. En cuanto al tratamiento (visualización, selección de personas, equipos, materiales, escenografía, "actuación", etc), el Comité deberá también indicar sus preferencias y hacer comentarios y sugestiones a los encargados.

6. Guión: Aprobado el Esbozo (estructura, secuencia y tratamiento), el guionista redactará el Guión Técnico de Producción. Este será, en realidad, un desarrollo o ampliación del Esbozo de Tratamiento aprobado por el Comité. El guionista consignará en él, con precisión y siguiendo las normas de redacción de guiones de televisión, todos los detalles referentes a la imagen y al sonido. Indicará el número y tipo de participantes y describirá sus acciones e intervenciones. Consignará las ayudas visuales a usarse.

Incluirá los diálogos completos e insinuará el desplazamiento de las cámaras, dentro de los límites habituales permisibles. Los detalles precisos de escenografía, ambientación, música, efectos, vestuario, utilería, iluminación, etc., serán aquí clara y específicamente descritos. El guión será el plano sobre el cual se edificará el montaje físico del programa. El tiempo de duración será de importancia definitiva en esta etapa. Se hará una cronometración preliminar por medida de la lectura y por cálculo aproximado de la acción. El programa debe tener una duración neta de 13 minutos exactos.

7. Tercer Análisis: El Guión Técnico -o libreto de producción- en copias mecanografiadas - deberá ser sometido a estudio individual anticipado de los miembros del Comité. Luego, en reunión de éste, se tomarán las decisiones finales sobre el programa. En realidad, en esta etapa, la función del Comité consistirá en asegurar:

a) que el guionista haya desarrollado adecuada y eficazmente el tema desde el punto de vista de la forma; y

b) asegurar que el guionista haya tratado y desarrollado el contenido de manera que no omita nada de lo importante, que elimine lo adjetivo, que asigne la importancia debida a cada factor y que conserve sin desvirtuar el espíritu del tema. También cuidará el Comité que el guión prometa un programa factible de ser realizado con los recursos disponibles y en un corto lapso. Igualmente, se asegurará de que, dentro de la seriedad del caso, haya amenidad, alto grado de objetivación y ritmo dinámico.

8. Montaje: Con el Guión aprobado por el Comité, el coordinador y el director artístico harán una lista de todas las tareas que deben cumplirse para poner en práctica el guión. Localizarán a las personas que deban participar, conseguirán o dispondrán la preparación de equipos y la producción de materiales, útiles, escenografía, vestuario, etc. Fijarán las fechas de los ensayos; en fin, dispondrán anticipadamente de todo lo necesario. Para este fin distribuirán prontamente entre todos los elementos involucrados en el montaje, copias mimeografiadas del Guión. Harán contacto prolijo y oportuno con este fin con la estación de televisión.

9. Ensayo de Oficina: Cuando todo esté listo y reunido, se efectuará un ensayo total del programa simulando su realización en la oficina. La finalidad principal de este ensayo será la de ver el ordenamiento en el empleo de las personas y de los objetos, revisar y ajustar detalles y, sobre todo, cronometrar tod. el proceso. Este ensayo permitirá reajustar el guión en forma casi definitiva.

10. Ensayo de Estudio: Con un mínimo de dos días de anticipación a la fecha de emisión, se realizará un ensayo con cámaras también cronometrado en el estudio de televisión. Tendrá propósitos similares al primer ensayo pero, además, permitirá enmendar cualquier imperfección que los directores técnicos de la Televisora pudieran encontrar tanto en la parte auditiva como en la parte visual del programa. Sería muy deseable que los miembros del Comité vean este ensayo.

11. Emisión: Con un mínimo de dos horas de anticipación a la de emisión del programa, deberán estar listos en el estudio todos los elementos humanos y materiales del programa. En esta etapa - no estando la emisión misma a cargo del personal del STACA y Ministerio - los encargados de tales instituciones tendrán la función exclusiva de asegurar que todo esté listo, coordinado y ordenado para su empleo por el personal de la estación. Terminada la emisión - que ellos habrán visto desde el monitor de cabina y sobre la cual habrán tomado notas - los encargados recogerán todos los equipos y materiales usados para su debido archivo, devolución o depósito.

12. Evaluación: Todo miembro del Comité aceptará la obligación de ver cada programa semanal. En modo informal, el Comité podrá, en una reunión al subsiguiente día, comentar los puntos positivos y negativos de la emisión. De ello tomarán cuidadosa nota los encargados para aprovechar la experiencia a beneficio de los programas siguientes. En una etapa posterior, el Comité podrá aplicar sistemas de evaluación más precisos, apelando a los juicios de otras personas, además de sus miembros, y usando cuestionarios tabulables. En todo caso la constante crítica y autocrítica de las emisiones serán indispensables.

13. Conservación: El coordinador de producción archivará, cuidadosa y sistemáticamente, todos los documenentos integrantes del programa: resumen del tema, esbozo de tratamiento, guión, documentos de referencia, comentarios, etc. Igualmente, se ocupará de la conservación y mantenimiento de equipos y materiales usados en cada programa, a fin de que puedan ser devueltos a sus propietarios o utilizados en posteriores oportunidades.

V: MATERIAL DE UN PROGRAMA EXPERIMENTAL

1. Resumen

Serie ....Experimental..... Programa N° ..1.....
Tema: ....CREACION.FACULTAD.DE.ECONOMIA.DEL.HOGAR.....
Fuentes: ..Señorita.Carmen.Julia.Romero,.Ministerio.de.Agricultura.
.....y.señorita.Teresa.García,.STACA.....
Documentos: ."Una.Facultad.de.Economía.del.Hogar.para.Colombia",...
.....Helen.Judy.Bund,.Bogotá.1960,.STACA.....
.....Prospecto.de.la.Universidad.de.Caldas,1958.....
.....Descripción.de.Cursos.de.la.Facultad.de.Economía.del.Hogar
.....de.Caldas,.1961.-."Colombia".....
.....Guía de Turismo.....
Fecha de Aprobación por el Comité: ..Diciembre.12,.1961.....
Compilador ..Enrique.Motto.....

1. La Universidad de Caldas - Manizales - ha establecido una Facultad de Economía del Hogar, que es la primera de su tipo y nivel en América latina.

2. La Facultad iniciará sus labores el 15 de Febrero de 1962 inaugurando un primer curso académico regular de cuatro años tendiente a la formación universitaria de especialistas en economía del hogar.

3. La Facultad comenzará así a atender la creciente demanda nacional por funcionarias de ese tipo de nivel universitario. Dicha demanda es muy elevada. Las especialistas en economía del hogar son personas adiestradas en ciencias biológicas y ciencias sociales, además de tener ciertas destrezas domésticas. Su misión consiste en ayudar a las amas de casa a mejorar la alimentación, la salud, la vivienda, la economía y la actividad social de la familia.

4. Específicamente, los datos principales sobre la demanda nacional de especialistas en economía del hogar son los siguientes:

- Actualmente - aunque no con grado universitario - hay en Colombia, aproximadamente, 200 especialistas en economía del hogar.

- Cada una de ellas atiende, aproximadamente, a 30 familias rurales, lo que da un total aproximado de 6.000 familias que reciben tal asistencia.

- La demanda concreta inmediata por tales especialistas es de por lo menos 200 que, si las hubiera, serían contratadas inmediatamente.

- Para atender a la totalidad de la población colombiana haría falta-a razón de 30 familias por especialista - varios millares de ellas. Sin embargo, en términos de la demanda potencial real por determinadas instituciones urbanas y rurales, se calcula que Colombia necesita por lo menos 100 de esas nuevas profesionales por año. Si Colombia tiene hoy 200 especialistas sin grado académico, número obviamente insuficiente, se calcula que para 1965, necesitará por lo menos 500 de nivel universitario.

- La Universidad de Caldas, como un intento inicial y parcial para atender el problema- aspira a recibir, a partir de 1962 - un mínimo de 20 alumnas para estudios de grado académico de 4 años.

- Confrontando ese número con las cifras de la demanda, se puede afirmar que - desde ya - quienes comiencen a estudiar en el próximo año tienen su trabajo más que asegurado para el día en que se graduen.

- Por último, hay la certeza de que, para poner en ejecución el Programa Nacional de Reforma Agraria, habrá un crecimiento desmesurado de los índices de demanda por dichas especialistas, en los casos en que ellas se interesen por prestar servicios en el campo.

Al instalar, pues, la Universidad de Caldas su Facultad de Economía del Hogar, nace en Colombia una nueva y muy atractiva profesión para la mujer.

5. Aunque hay fuerte demanda para servicio en la zona rural, también hay una demanda muy importante para servicios urbanos en economía doméstica. Entre las instituciones que necesitan de los servicios de tales especialistas están las siguientes:

- Los colegios secundarios de señoritas, para fines de enseñanza;

- Las empresas industriales y comerciales fabricantes y distribuidoras de alimentos o artículos para el hogar como cocinas, refrigeradores, lavadoras, batidoras, licuadoras, etc. que usan estas especialistas para que enseñen a sus clientes el adecuado empleo y mantenimiento de dichos artículos.

- Los hospitales, para sus actividades de dietoterapia.

- Los laboratorios, para fines de investigación en nutrición y dietética y para química textil.

- Los programas de salud pública, para fines de enseñanza.

- Los hoteles, restaurantes, etc. para fines de supervigilancia técnica en lapreparación de sus alimentos.

- Los programas de asistencia social, para fines de acción en los hogares y también para fines de enseñanza.

6. Todo ello, sumado, representa un gran mercado de empleo para las muchachas jóvenes que deseen abrazar esta nueva carrera que será muy remunerativa.

7. Los estudios de esta especialidad, además de dar a las mujeres jóvenes una sólida y provechosa profesión, las habilitan para ser amas de casa ejemplares y esposas altamente competentes en el manejo de sus hogares. Ganan ellas excepcionales aptitudes para vivir en el hogar y para contribuir a mejorar la vida de la sociedad, de la comunidad colombiana.

8. Si en Colombia hubiera ya tales especialistas de nivel universitario muchas de las instituciones antes citadas podrían pagarles, ahora mismo, para comenzar, un sueldo mínimo de 2,000 pesos. Tendrían, además la ventaja, de operar en un campo en que no hay competencia posible porque está sumamente lejos de estar saturado de profesionales.

9. Los estudios en la Universidad de Caldas estarán divididos en 8 semestres académicos y agrupados en tres secciones mayores: una de cultura general básica, otra sobre fundamentos de ciencias biológicas y sociales y la última de economía del hogar propiamente dicha. Las 5 areas mayores de enseñanza serán: vivienda; vestuario; cuidado del niño; relaciones familiares y nutrición. Entre las diversas materias, figurarán principalmente las siguientes: literatura, idiomas, historia y sociología; química, bacteriología, fisiología, sicología, física, higiene y salud; y nutrición, textiles y costura, puericultura, relaciones de familia, manejo del hogar, mobiliario, decoración y presupuestos.

10. El requisito básico para aspirar a tales estudios es haber obtenido el bachillerato o el título de normalista.

11. Las interesadas deberán presentar los siguientes documentos: Un certificado oficial de bachillerato; un certificado de análisis serológico; un certificado de examen pulmonar; un certificado médico de salud en general; y tres cartas de recomendación, una del colegio en que la estudiante obtuvo el título de bachiller y las otras dos de particulares.

12. El costo de los estudios tendrá un mínimo de 120 pesos por año, para los casos de ingresos más bajo de los padres de la estudiante. Esta cifra subirá en proporción a ingresos mayores. Para este fin, las aspirantes deben contar oportunamente con la declaración de ingresos o renta.

13. El costo de subsistencia mínimo por mes -incluyendo alimentación, alojamiento y lavado de ropa- será de 250 pesos. Las estudiantes vivirán, con todas las garantías del caso, en una residencia particular de Manizales llamada "Ravaso", que está a cargo de competentes y cuidadosas religiosas italianas.

14. La Universidad dará a las estudiantes de economía del hogar todas las prerrogativas de los demás alumnos universitarios, incluyendo servicios de asistencia médica, etc.

15. La Universidad de Caldas tiene un Fondo Rotatorio de Préstamos a Estudiantes. Las estudiantes pueden beneficiarse de este servicio. Recibirían el dinero, de acuerdo con sus necesidades, sin intereses y tendrían que devolverlo, poco a poco, un año después de haber egresado. Además, las que obtuvieran buenas notas, quedarían eximidas del pago.

16. Otro requisito indispensable es que las postulantes pasen el examen de admisión que se aplica a todo candidato a estudiante universitario.

17. Las inscripciones se cierran el 30 de Enero, 1962.

18. Las interesadas deben presentarse, con sus documentos, en la Dirección de Economía del Hogar del Ministerio de Agricultura (División de Extensión, Servicio de Mejoramiento del Hogar) donde las atenderá la señorita Carmen Julia Romero, Jefe Nacional de Mejoramiento del Hogar. Las interesadas de otros puntos de la República deben escribir de inmediato a la siguiente dirección, enviando sus documentos: Ministerio de Agricultura, Carrera 10 N° 20-30, División de Extensión, Servicio de Mejoramiento del Hogar.

19. Manizales es una pintoresca ciudad que ha cobrado ya fama internacional por su Feria Continental del Café. Tiene una temperatura media de 17 grados c. Su población pasa de los 150.000 habitantes. Es una ciudad moderna, activa y acogedora.

2 Tratamiento

I Qué es economía del hogar?

La definición se hace a través de una serie de fotografías - o dibujos- que permitan al narrador dar la explicación necesaria. Por lo tanto, hay que visualizar: mejoramiento de la vivienda, mejoramiento del vestuario, relaciones familiares, cuidado del niño y alimentación, que son las 5 areas que cubre la Economía del Hogar. Una vez que se han mostrado y explicado (en off) las cinco fotos o dibujos, se muestra una gráfica general que visualice bien la distribución de Economía del Hogar en las cinco areas mencionadas. Mientras tanto, después de haber mostrado qué es la Economía, se puede hacer o dar la definición propiamente dicha.

II Facultad

De la definición se pasa a la anotación de que es una carrera nueva, prácticamente desconocida en Colombia, que va a tener su primera Facultad en Manizales, Universidad de Caldas, Naturalmente, fotos de la catedral y de la facultad. Quizás también fotos alusivas a los reinados continentales del café. Mientras tanto, dos líneas del narrador sobre Manizales, sobre su universidad y empata con la facultad de Economía, es decir, cuenta (con apoyo en un almanaque) sobre las fechas para inscripción, matrículas y comienzo de clases. Al hablar enseguida de la duración (4 años) de la carrera, se recurre a gráficas o títulos que indiquen las materias del curso en los 8 semestres en que está dividido. Para terminar la información sobre FACULTAD se indican los requisitos: Cartón de bachillerato, valor de la matrícula, condiciones de alojamiento, y se cuenta que habrá préstamos y, posiblemente, becas. Hay que apurarse, porque hay un cupo tope de 40 alumnas.

III Demanda

Desde luego, dice el narrador, no basta con saber que hay una carrera nueva y con los datos de dónde se estudia, y cómo se hace, y cuanto va a costar, y su precio, y todos esos datos ya conocidos. Esta es una invitación a las jóvenes bachilleras colombianas para que estudien Economía del Hogar. Por lo tanto, es apenas lógico y natural que las aspirantes y sus padres o familiares, quieran saber el porvenir que Colombia tiene para las Economistas del Hogar. Pues hay un porvenir extraordinario. Y no lo voy a decir yo, sino los interesados en tener economistas, en que haya Economistas. Aquí está ..... Y viene la presentación y entrevista de dos funcionarios (Minagricultura e Higiene) y de tres industriales (alimentos enlatados, artefactos eléctricos y textiles). En síntesis, cada entrevistado se identifica, dice cual es su ministerio o empresa y cuantas economistas del hogar necesita. De ser posible, sobre todo si es cifra atractiva, indicará los sueldos. Después estas entrevistas, se generaliza sobre todos los campos de trabajo de la Economía del Hogar, enunciando especialmente aquellas que no se deducen de las entrevistas. Se hace ver que sólo han hablado tres industriales porque

no era posible traer a los miles que tiene el país. Con algunas estadísticas - "si Colombia tiene hoy 200 especialistas sin grado académico, número obviamente insuficiente, se calcula que para 1965 necesitará por lo menos 500 de nivel universitario"- se pone de bulto que las primeras economistas de grado académico tienen no solo asegurado trabajo al salir de la facultad sino que pueden hasta escoger! Ytodo esto, dentro de unos linderos tan femeninos que es una carrera para ejercer -acaso la única- en el propio hogar. O desde el hogar, porque nada impide que una señora de casa, sea simultaneamente la Economista del Hogar de alguna empresa o entidad.

IV Facultad

Se hace preciso ahora, reiterar algunos de los datos de ingreso, tales como fechas de inscripción, matrícula y comienzo del curso. Se vuelven a dar, más rápidamente que al principio, para hacer hincapié en los lugares de esta inscripción. Una nueva foto de la facultad, seguida por un cartel que tenga la dirección exacta, servirá para decir sobre las matrículas en Manizales, y, para indicar que en Bogotá - Minagricultura-' también hay inscripciones y matrículas, se puede presentar a Carmen Julia. Carmen Julia puede decir que sí, que ella es la encargada en Bogotá; recuerda los requisitos - Cartón de bachillerato- y con una sonrisa muy ensayada, invita a las muchachas, bachilleres de Colombia, para que estudien una carrera tan femenina y de tan atractivo porvenir.

3 Libreto

MINISTERIO DE AGRICULTURA

- División de Extensión y STACA -

LIBRETO DE TELEVISION

Serie: Experimental ..... N° 1 ... Fecha de Emisión Enero 15, 1962

Tema: CREACION DE FACULTAD DE ECONOMIA DOMESTICA EN MANIZALES

Responsables: E. Motto y G. Andrade

Teléfonos .....

(TITULO 1:)	(TEMA ENTRA SUAVE....)
	LOCUTOR (EN OFF)
"LA TELEVISORA NACIONAL...PRESENTA..."	La Televisora Nacional presenta...

(TITULO 2:)

"...LA CIUDAD Y EL CAMPO..."

...La Ciudad y el Campo ...

(DISOLVENCIA A:)

(TEMA BAJA Y SE DESVANECE)

PUERTA CERRADA A LA QUE CAMARA SE ACERCA PARA MOSTRAR ROTULO

QUE REZA: "DIVISION DE EXTENSION

--SECCION DE CLUBES 4-S y DE MEJORAMIENTO DEL HOGAR"

CONSTANZA Y MARTHA (EN OFF): (LEYENDO ROTULO) División de Extensión....
Sección de Clubes 4-S y de Mejoramiento del Hogar...

CONSTANZA Y MARTHA ENTRAN EN CAMPO, ACERCANDOSE A ROTULO PARA LEERLO, DESPUES DE LO CUAL SE MIRAN ENTRE SI Y GOLPEAN A LA PUERTA

CONSTANZA
Aquí...?

MARTHA
Sí...Entremos ...

CARMEN JULIA (EN OFF),
Adelante!

- CONSTANZA Y MARTHA ABREN LA PUERTA Y ENTRAN Y, SOBRE ELLAS...

(DISOLVENCIA A:)

- INTERIOR DE LA OFICINA DE LA SECCION DE MEJORAMIENTO DEL HOGAR A LA QUE INGRESAN LAS MUCHACHAS Y LLEGAN HASTA EL ESCRITORIO DE CARMEN JULIA ROMERO, QUIEN SE PONE DE PIE PARA RECIBIRLAS Y LES HACE SEÑAS PARA QUE TOMEN ASIENTO.

CARMEN JULIA
Bienvenidas, muchachas, tomen asiento.

- CONSTANZA Y MARTHA TOMAN ASIENTO Y, LUEGO, TAMBIEN LO HACE CARMEN JULIA

CONSTANZA
Gracias... Señorita....?

CARMEN JULIA
... Romero, Carmen Julia Romero...y.. .. ustedes, cómo se llaman...?

- A PARTIR DE ESTE PUNTO, TOMAS LIBRES DE LAS TRES PERSONAS EN DISTINTOS ANGULOS A LO LARGO DEL PROGRAMA A MENOS QUE SE INDIQUE LO CONTRARIO

CONSTANZA

Yo... Constanza ....

CARMEN JULIA

(A MARTHA) Y.. tú..?

MARTHA

Yo me llamo Martha ...

CARMEN JULIA

Bueno..., mucho gusto, muchachas
En qué puedo servirlas..?

CONSTANZA

Somos bachilleres... y... nos contaron que hay una nueva Facultad de Economía del Hogar... y... queremos saber...

CARMEN JULIA

Sí. La Facultad de Economía del Hogar de la Universidad de Caldas. Es nada menos que la primera de su clase que se crea en América latina.

MARTHA

Bueno... nosotras entendemos que la Economía del Hogar es... algo... de costura y cocina, verdad?... y.... francamente... no sabemos si vale la pena ir a una Universidad para aprender esas cosas....

CARMEN JULIA

Desde luego. Pero no es verdad que la Economía del Hogar sea únicamente cosa de coser y cocinar. Es algo mucho más amplio y de un alto nivel profesional. Es un arte y una ciencia del manejo completo y racional del hogar y la familia para bien de toda la comunidad...
...Miren, miren aquí esto... por ejemplo....

- CARMEN JULIA SACA FOTOS DE UN CAJON DEL ESCRITORIO.....

Y ENSEÑA LA PRIMERA DE ELLAS
A LAS MUCHACHAS ====== LUEGO,
CAMARA DEJA PERSONA Y SE ACERCA
HASTA CONCENTRARSE EN:

- (FOTO 1)

CARMEN JULIA (EN OFF)

La Economía del Hogar enseña principalmente a que el Ama de Casa sepa manejar su hogar, cómo decorarlo, cómo hacer buen uso del espacio, las necesidades de buena luz y aire, cómo hacerlo más confortable y atractivo, todo con poco dinero pero con un gran sentido de estética y de lo práctico.

(DISOLVENCIA A:)

- (FOTO 2)

CARMEN JULIA (EN OFF)

Naturalmente el ama de casa debe saber confeccionar las ropas para toda la familia, qué necesita y qué desea al respecto, es importantísimo. La utilización de ropas usadas el cuidado y conservación de ellas también exige conocimientos, que naturalmente redundan en beneficio de la economía familiar. Esta es materia básica en una Economista del Hogar.

(DISOLVENCIA A:)

- (FOTO 3)

CARMEN JULIA (EN OFF)

Por supuesto, la Economista del Hogar sabe del cuidado del niño. No sólo de su alimentación, su aseo y su salud sino también en su formación física, espiritual, mental y en su propia educación, ya que todo, en sí, desarrollará la personalidad integral del niño.

(DISOLVENCIA A:)

- (FOTO 4)

CARMEN JULIA(EN OFF)

De la alimentación dependen la salud y la energía de las personas. La Economista es una experta en nutrición, conoce el valor de los distintos alimentos y sabe como combinarlos y prepararlos. También sabe de dietoterapia, o sea la alimentación curativa de los enfermos.

(DISOLVENCIA A:)

- (FOTO 5)

CARMEN JULIA (EN OFF)

Por último, la interpretación de las distintas reacciones familiares obedece a factores y situaciones de diferente índole. Se hace indispensable que la armonía y la unidad familiar no sólo se guarden por tradiciones y afectos bien estructurados sino por la comprensión, tolerancia e inteligencia con que los padres traten a sus hijos y éstos a los padres, pero esto solo se consigue con los conocimientos técnicos y prácticos que la Economista del Hogar tenga sobre Sicología y relaciones de familia.

(DISOLVENCIA A:)

- CARMEN JULIA, DE PIE ANTE EL FRANELOGRAFO, VA ARMANDO UN JUEGO DE 5 PIEZAS DE CARTON MIENTRAS LO EXPLICA.....

CARMEN JULIA

Resumiendo, estas son las cinco áreas mayores en que se divide la profesión de la Economista del Hogar: VIVIENDA...ALIMENTACION... RELACIONES FAMILIARES...CUIDADO DEL NIÑO ... Y VESTIDO.

-..CUANDO CARMEN JULIA TERMINA SU PARLAMENTO, LA CAMARA SE ALEJA DE ELLA HASTA RE-ESTABLECER A CONSTANZA Y MARTHA A QUIENES CARMEN JULIA VUELVE A APROXIMARSE.

CARMEN JULIA

Bueno.. qué les parece..?

CONSTANZA

Muy interesante, señorita Romero ... pero... es verdad que las Economistas del Hogar siempre tienen que trabajar en el campo...?

MARTHA

Yo... no creo que me gustaría trabajar en el campo...

CARMEN JULIA

Pues, es cuestión de gustos, muchachas. No es cierto que todas las Economistas del Hogar son para el campo. En las ciudades hay muchísimas oportunidades de trabajo para ustedes.

- CARMEN JULIA SE PONE DE PIE Y SE APROXIMA AL PORTAFOLIO CON EL QUE NOS MUESTRA 6 DIAGRAMAS ESTADISTICOS, EN SUCESION.

(LAMINA 1)

(LAMINA 2)

CARMEN JULIA

Miren ésto: En Colombia hay en este momento 200 Economistas del Hogar, que son excelentes trabajadoras pese a que no tienen el grado universitario que ustedes tendrán.

CARMEN JULIA (EN OFF)

En el Ministerio de Agricultura tenemos evidencia de que, si hubiera ahora mismo otras 200 como ellas, todas tendrían trabajo de inmediato aún sin título universitario.

(LAMINA 3)

CARMEN JULIA (EN OFF)

Cada una de las actuales Economistas del Hogar atiende a un máximo de 30 familias.

(LAMINA 4)

CARMEN JULIA (EN OFF)

Eso quiere decir que las 200 atienden, más o menos, a 6.000 familias colombianas. Ahora, imagínense cuántas Economistas del Hogar se necesitarían para atender a todas las familias colombianas y a todas las instituciones públicas y empresas particulares que están requeriendo de dichas especialistas.

(LAMINA 5)

CARMEN JULIA (EN OFF)

Pero, en términos mucho más modestos, podemos asegurar que Colombia necesita un mínimo de 100 nuevas Economistas del Hogar por año. O sea: en 1962.....100, en 1963... 100, en 1964, 100, y en 1965, otras 100. En total: 400.

- CAMARA RE-ESTABLECE A CARMEN JULIA Y A CONSTANZA Y MARTHA

CARMEN JULIA

Si ustedes comienzan a estudiar en la Facultad de Economía del Hogar de Manizales en 1962, serán Doctoras en 1965.

- DE NUEVO, EN PORTAFOLIO, SOBRE (LAMINA 6)

CARMEN JULIA (EN OFF)

Como sólo hay cupo para un máximo de 40 estudiantes, eso quiere decir que cada una de ustedes, al salir de la Universidad, tendrá para escoger nada menos que diez oportunidades de trabajo.

- CAMARA RE-ESTABLECE A CARMEN JULIA, CONSTANZA Y MARTHA

CARMEN JULIA

Díganme, chicas, cuál otra profesión puede ofrecerles tanto?

CONSTANZA

(CON ENTUSIASMO) De veras..usted tiene razón ...

MARTHA

Claro, así si nos provoca, señorita Romero.

CARMEN JULIA

Y es más. Piensen en esto. Siendo tan poquitas y con su grado universitario, ustedes tendrán que ganar muy buenos sueldos. No les exajero. Estamos seguras que habrá muchas y muy buenas oportunidades de trabajo para ustedes...

- CARTON DE DIBUJO 1

CARMEN JULIA (EN OFF)

...Por ejemplo, la Industria Textil ofrece hoy día grandes oportunidades para la mujer en general y especialmente para las Economistas del Hogar. Ellas, con su conocimiento de las necesidades familiares, están en condiciones de orientar a la industria textil sobre la calidad de los productos que destine al mercado, -su textura, colores, etc- de acuerdo con las demandas y preferencias de las amas de casa ...

- CARTON DE DIBUJO 2

...en el comercio, como expertas en enseñanza de uso de equipos domésticos...

- CARTON DE DIBUJO 3

en programas de bienestar y asistencia social...

- CARTON DE DIBUJO 4

en programas de salud pública y en hospitales, como consejeras de dietoterapia.

- CARTON DE DIBUJO 5

en colegios de secundaria, como profesoras de economía doméstica....

- CARTON DE DIBUJO 6

... y hasta en grandes hoteles y restaurantes, como asesoras de dietética .....

CAMARA RE-ESTABLECE A CARMEN JULIA, CONSTANZA Y MARTHA

CARMEN JULIA

Alguna pregunta ...?

CONSTANZA

Sí, por favor, cuáles son las materias de estudio?

CARMEN JULIA

En las materias básicas, estarán idiomas, literatura, historia y sociología, química, bacteriología, fisiología, física, psicología.

En las materias de especialización tendrán: higiene y salud, nutrición, textiles y costura, cuidado del niño, relaciones de familia, vivienda, manejo del hogar, decoración y presupuestos familiares.

MARTHA

Bueno, hablemos de plata. Quiere? Cuánto costarán los estudios?

CARMEN JULIA

La matrícula cuesta $120.00, como mí - nimo. De ahí para arriba, depende de la declaración de renta de los padres. Les cuento que la Universidad dá préstamos que los estudiantes pagan, sin intereses, cuando ya estén ejerciendo su profesión.

CONSTANZA

Lo malo está en que nosotras no tenemos familia en Manizales.

MARTHA

Ni riesgos que en la casa nos dejen.....

CAMARA SE CONCENTRA EN
(FOTO 6)
y
(FOTO 7)
Y LUEGO RETROCEDE PARA RE-ESTABLECER A CARMEN JULIA Y MUCHACHAS

CARMEN JULIA

Por eso no hay problema, porque vivirán en las residencias Ravasco, al cuidado de religiosas italianas, donde sólo pagarán 250 pesos al mes.. y ..... miren qué dormitorios más bonitos.

CONSTANZA

Bueno, qué se necesita para inscribirse?

CONSTANZA Y MARTHA TOMAN NOTA

CARMEN JULIA

Anoten... que es muy importante .... Título de Bachiller y Examen de Admisión.....
Luego, 3 cartas de recomendación, una de las cualos debe ser del colegio donde estudiaron... Por último algunos certificados ... Certificado de análisis serológico.....

MARTHA

(MIENTRAS ESCRIBE) Certificado de Análisis serológico.....

CARMEN JULIA

... Certificado de Examen Pulmonar.....

CONSTANZA

(ESCRIBIENDO) Certificado de Examen Pulmonar...

CARMEN JULIA

Certificado Médico de Salud en General.

CONSTANZA

Certificado Médico de Salud.....

MARTHA

.... en General ...

CONSTANZA

Eso es todo?

CARMEN JULIA

CAMARA EXCLUSIVAMENTE SOBRE CARMEN JULIA Y DE CERCA

Sí. Pero no olviden que las inscripciones se cierran el 30 de Enero. Las aspirantes que no sean de Bogotá deben escribir directa e inmediatamente a la Universidad de Caldas, en Manizales.

Las de Bogotá deben buscarme a mí, en la oficina CUATROCIENTOS DIEZ, del Ministerio de Agricultura, que está en la CARRERA DECIMA, NUMERO VEINTE -TREINTA... Vengan muchachas. Las estaré esperando .....

(DISOLVENCIA A:)

(TEMA ENTRA SUAVE...)

(TITULO 3)
ESTE FUE UN PROGRAMA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, DIVISION DE EXTENSION Y STACA

LOCUTOR
Este fué un programa del Ministerio de Agricultura, División de Extensión y Staca.

(TITULO 4)

PRODUCCION: .....

Producción .....

(TITULO 5)

DIRECCION Y LIBRETO :
GUSTAVO ANDRADE RIVERA

Dirección y Libreto: Gustavo Andrade Rivera.

(TITULO 6)

° MONTAJE: ENRIQUE SIMPSON

Montaje: Enrique Simpson

(TEMA BAJA Y SE DESVANECE)

F U E R A D E L A I R E

VI: ANEXO

Programa de Estudios en Puerto Rico (Servicio de Extensión de la Universidad) que se sugiere para el Coordinador del Programa

-Adiestramiento en Servicio Intensivo, Individual y Práctico -

Lapso Total de Estudio (Pre-Indicado): 6 semanas

Primera Semana

1. Fundamentos Generales de Comunicación
2. Técnicas de Comunicación Visual
3. Técnicas de Comunicación Oral
4. Principios y Técnicas de Información Agrícola
5. Planeamiento y Evaluación de Comunicaciones en Agricultura
6. Relaciones Públicas de Instituciones Agrícolas

Segunda Semana

1. Fundamentos de Producción de Televisión

   a) Organización General de la Producción
   b) Planeamiento Específico de Programas de TV
   c) Estructura y Operaciones de las Estaciones Telemisoras

- Cabina de Control y Mando
- Estudios y Sets
- Equipos y Materiales
- Escenografía
- Iluminación
- Vestuario
- Utilería
- Maquillaje
- Actuación
- Planta Electrónica

Tercera Semana

1. Características Particulares de los Programas de Televisión con fines de Promoción Agrícola Institucional (para Público Urbano)
2. Características Particulares de los Programas de Televisión con fines de Educación Popular Agricola de Tipo Informal (para Público Rural)
3. Ventajas y Limitaciones de la Televisión como Instrumento Educativo.
4. Evaluación de Programas de Televisión

Cuarta Semana

1. Fundamentos de Redacción y Montaje

a) Documentación del Programa
- Fuentes de Información
- Métodos de Indagación

b) Tipos de Programas por su Objetivo
- Informativos
- Promotivos
- Didácticos
- Recreativos
- Mixtos o Combinados

c) Principios de Redacción
- Efectos Opticos para Transiciones
- Composición en el Tiempo y en el Espacio
- Concordancia de Imagen, Diálogos, Música y Sonido
- Continuidad, Ritmo y Movimiento
- Estructuras
- Secuencias
- Tratamientos
- Factores Determinantes
  - Brevedad
  - Simplicidad
  - Objetividad (Visualización)
  - Familiaridad
  - Movimiento
  - Humor

d) Principios de Ilustración
- Tamaño
- Perspectiva
- Opacidad
- Estilos de Dibujo
- "Cropping" de Fotografías
- Selección de Películas
- Semidramatizaciones
- Teatralizaciones
- Transparencias
- Láminas Opacas
- Utiles de Titulado
  - Tambor
  - Nudígrafo
  - Deslizógrafo
  - Franelógrafo
  - Imanógrafo
  - Portafolio
  - Overlays
  - Tornamesas

Quinta y Sexta Semanas

1. Laboratorio práctico de planeamiento, producción y evaluación de un programa experimental completo sobre un tema de publicidad agrícola institucional. Este trabajo sería hecho bajo la supervisión de los instructores y, de ser posible, emitido realmente dentro de la serie habitual de televisión del Servicio de Extensión de Puerto Rico. Tal etapa práctica complementaría muy adecuadamente la enseñanza relativamente teórica a impartirse en las primeras cuatro semanas.

WALLACE L. KADDERLY

USE LA RADIO EN SU TRABAJO DE EXTENSION

El Sr. Kadderly, quien fuera Editor Jefe del Servicio de Intercambio Científico del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícola, en Turrialba, Costa Rica, ha condensado en el presente artículo algunas ideas prácticas sobre el uso de la radio.

En la América Latina tenemos en números redondos un cincuenta por ciento de analfabetismo. Buena parte del otro cincuenta por ciento tendrá dificultad en sacar provecho de las publicaciones, debido a la falta de ejercicio de lectura y al nivel de las publicaciones. Ante esta situación cabe pensar en el gran valor de la radio en las campañas educativas. Pero necesitamos tener un mejor conocimiento de lo que la radio puede significar en el trabajo de Extensión. Y no solamente esto, sino que necesitamos también adquirir ciertas técnicas que nos permitan manejar la radio con mayores posibilidades de éxito en nuestras campañas educativas. Este es justamente el valor del presente artículo. En forma simple el Sr. Kadderly explica qué podemos hacer y cómo lo podemos hacer. *Nota del Editor.*

Cómo escribir para la Radio ?

- Recuerde que Ud. debe escribir para el *oído,* no para el ojo.
- Escriba muy semejante a como hablaría.
- Trate de hacer sentir al radioyente que Ud. se dirige a *él.*
- Antes de hablar sobre algún punto importante, de al radioyente alguna indicación de lo que se ha de mencionar.

Ejemplos: Usted quiere anunciar una reunión que se llevará a cabo en cierto lugar - digamos que es una reunión de productores de leche que tendrá lugar en la zona de Turrialba. Dígalo así:

"El día 3 de febrero se llevará a cabo una reunión de los productores de leche de la zona de Turrialba.

El propósito de la reunión será demostrar cómo se prepara el ensilaje de alfalfa. Estará presente el Dr. Juan Ruiz, Especialista en Lechería del Ministerio de Agricultura.

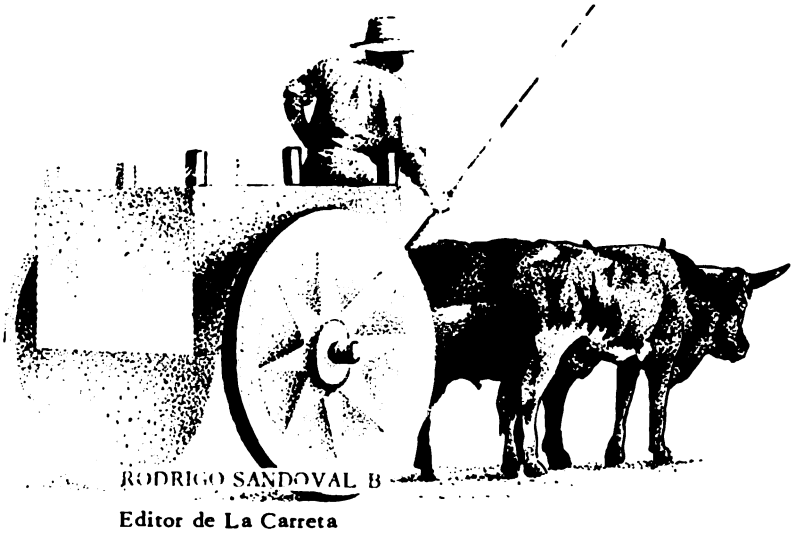
Esta reunión tendrá lugar en la finca de Don Manuel García. Comenzará mañana a las 10:00 a.m., con una discusión sobre la alfalfa como ensilaje"

Un locutor está hablando sobre el ensilaje de alfalfa. Demuestra por qué el ensilaje es bueno; y por qué la alfalfa es un cultivo bueno para el ensilaje.

Luego llega al punto del corte y la manera de ensilar la alfalfa. Dígalo de esta manera:

"Ahora...si va a ensilar alfalfa, usted deseará hacer todo lo posible para que la *calidad* del ensilaje sea *buena.*

La Carreta es la revista de los Clubes 4-S de Costa Rica



Editor de La Carreta
Departamento de Información Agrícola
Ministerio de Agricultura e Industrias
Costa Rica

Desde hace siete años viene publicándose en Costa Rica una revista titulada "La Carreta". Ella constituye el órgano de publicidad de los clubes 4-S de este país centroamericano.

El por qué del nombre

Sucede que en Costa Rica, como en muchos otros países americanos, la carreta presta una valiosa ayuda a los agricultores en el transporte de sus cosechas al mercado. Pero en Costa Rica, este carro que es tirado por dos bueyes, se pinta de vistosos colores por lo cual ha llegado a ser un verdadero símbolo nacional. Por estas razones se pensó que la revista debiera llevar ese nombre.

Como hacemos "La Carreta"

"La Carreta" se imprime en mimeógrafo eléctrico; este método es tal vez el más sencillo con que cuenta la impresión moderna para hacer publicaciones.

Quiénes son nuestros lectores

La revista está dirigida a tres clases de público: agricultores en general, amas de casa, y jóvenes que integran los clubes 4-S.

Para el primer grupo se selecciona, como es natural, información agrícola. Casi siempre se trata de darles algún dato relacionado con los cultivos que están realizando los agricultores según la época del año. De este modo se les despierta el interés por recibir la revista. Dos son las secciones para este fin: "La Nota Agrícola del Mes" y "Consejos Agropecuarios".

Para las amas de casa se publican varias secciones entre ellas "La Receta del Mes", que les ayuda a mejorar la dieta de sus hogares, pues las recetas que aparecen en la revista son de bajo costo y fáciles de preparar. Además se publican consejos útiles para sus labores en el hogar.

Para los socios 4-S se publican proyectos y realizaciones. Ellos se sienten orgullosos, cuando en sus casas leen sus nombres relacionados con alguna actividad de su club y porque la comunidad está informada de los proyectos que llevan a cabo.

Por medio de la sección "Ideas para sus horas libres", se les brinda a los socios la oportunidad de desarrollar sus aptitudes personales, fabricando con base en modelos que allí aparecen, pequeños trabajos manuales de fácil ejecución y que luego les pueden servir para usarlos en sus hogares.

Es lógico suponer que abarcando "La Carreta" estas tres clases de público, la revista cuenta con un número considerable de lectores. El aumento de lectores ha elevado el tiraje de la revista hasta alcanzar la cifra de 5300 ejemplares por mes, teniendo una curva ascendente por año.

El trabajo de impresión de la revista se realiza en el Departamento de Información Agrícola del Ministerio de Agricultura de Costa Rica. Su distribución es gratuita.

Por las razones expuestas, "La Carreta" se ha constituído en la voz y guía de miles de jóvenes agricultores costarricenses que luchan con todo entusiasmo y voluntad para hacer una realidad los ideales de los Clubes 4-S de Costa Rica.

Hay tres puntos muy importantes en relación con esto:

El primer punto es que la alfalfa debe cortarse cuando la mitad o las dos terceras partes de las plantas están en flor. (Puede decir unas palabras para explicar *por qué* esto es importante).

El segundo punto es que la alfalfa debe picarse bien de manera que los pedacitos no sean mayores de una pulgada antes de ponerse en el silo. (También en este caso agregue unas palabras explicando *cómo* se hace esto y porqué es importante.)

Y el tercer punto es que cuando se coloca la alfalfa en el silo debe agregársele un preservativo para que el ensilaje se mantenga en buen estado mientras se está usando. Le recomiendo que use melaza para este propósito. Use 60 libras de melaza por tonelada de alfalfa.

(Puede hacer una explicación breve sobre *cómo* debe aplicarse la melaza).

Cómo preparar un Manuscrito para la radio.

- Use doble espacio y escriba por un lado de la hoja.
- Use márgenes anchos en las lados especialmente. Las líneas se leen con mucha más facilidad cuando son relativamente cortas.
- Trate de no dividir las palabras cuando tenga que pasar a la siguiente línea.
- Nunca corte una frase de una página a otra. Si es posible termine la página con un *párrafo*. Esto da oportunidad a una pausa natural en el momento de dar vuelta a la página.
- Numere siempre las páginas. No las engrape, téngalas sueltas. (El micrófono capta los ruidos de los papeles cuando se da vuelta a las páginas.)

Como se ha mencionado anteriormente, el locutor debe leer el manuscrito en la forma natural en que habla. Debe hacerle sentir al radioyente que es a él a quien se le está hablando.

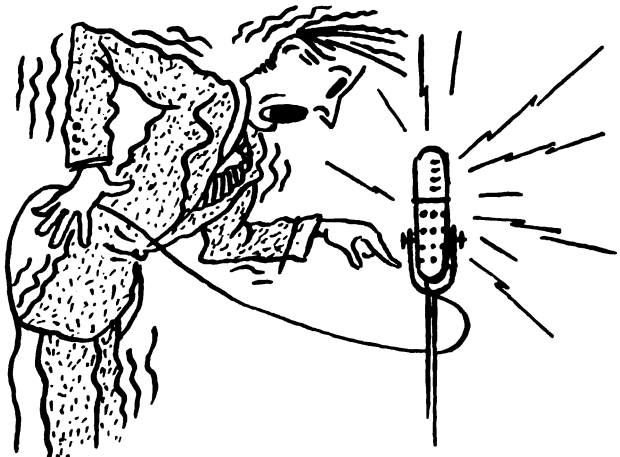
El lector experimentado puede ver un grupo completo de palabras y una serie de grupos en la línea escrita y expresar esas palabras de tal manera que no sólo le da al radioyente el *sentido* de ellas, sino también el espíritu que transmiten. La experiencia en la expresión puede adquirirse. Pero mientras tanto el lector de poca experiencia en radio, puede recibir alguna ayuda sobre la buena expresión si la mecanógrafa sigue los consejos anteriores.

Ayude a los participantes en su programa de radio

Esta ayuda comienza con la preparación del guión. Si el guión está escrito de una manera sencilla, continua y en estilo de conversación, el locutor puede leerlo con mucha más facilidad que si es rígido y contiene frases con adjetivos difíciles.

Si damos por sentado que el guión está escrito en un estilo simple y fácil de leer, hay varias cosas que Ud. puede hacer para ayudar al locutor.

La juventud rural hace uso de la radio en su trabajo de clubes.



Primero - Haga que lo lea *en voz alta antes de ir al estudio.*
No es suficiente leerlo en voz baja en su escritorio. Al leerlo en voz alta, descubrirá las palabras y frases difíciles de pronunciar y puede remediar esto a tiempo. Así puede también medir el tiempo que le toma leer el guión y asegurarse de hacerlo dentro del tiempo que se le ha asignado. Es preferible que la lectura en voz alta sea en presencia de una persona. El ensayo debe hacerse en forma real como si se estuviera transmitiendo por la radio. No debe hablar entre los dientes ni pronunciar confusamente.

Segundo - Haga que subraye las partes del guión.
Ayúdelo a hacer esto después de que lo haya leído en voz alta. Subraye las palabras y frases que deben llevar énfasis. Escriba "pausa" o "despacio" o alguna palabra que en ciertos puntos del guión haga la lectura más eficaz.

Tercero - Ayude al locutor a entender que le está hablando *a una persona o a una familia.* El tiene que ver mentalmente a esta gente mientras le habla. A veces el locutor se siente abrumado por el hecho de que se encuentra frente a un micrófono frío e insensible. *Haga que se sienta tranquilo* en el estudio. Converse con él sobre el tiempo - o sobre cualquier cosa. No lo abrume con instrucciones y sugerencias sobre "cómo hablar por la radio". Limítese a sugerir cosas esenciales y hágalo en una forma casual.

Haga todo lo posible por contrarrestar la idea de parte del locutor de que debe ser "perfecto", y de que el arte de transmitir es algo formidable. No permita a un locutor transmitir un guión que esté engrapado. Desengrápelo antes de que comience a transmitir.

Ofrecimiento de Publicaciones a los Radioescuchas

Es siempre una buena práctica ofrecer una publicación sobre el tema que se trata, si ella existe.

Este es especialmente el caso cuando se dan fórmulas u otros detalles importantes, por ejemplo sobre la mezcla de materiales para una aspersión o fumigación para combatir insectos. Es sumamente difícil para el radioyente retener todos los detalles cuando los oye por radio. La transmisión debe despertar el interés, llamar la atención hacia la importancia del tratamiento (cualquiera que sea) y decirle al radioyente donde puede obtener los detalles.

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA
ZONA ANDINA
Proyecto 39 - Programa de Cooperación Técnica
Lima, Perú

LA RADIO EN LA EXTENSION AGRICOLA
(Edición Provisional Limitada)

Luis Ramiro Beltrán
Especialista en Información

N O V I E M B R E 1 9 6 2

La radiodifusión puede ser un instrumento de trabajo muy valioso para el extensionista, siempre que sepa emplearlo adecuadamente. Como todo medio de comunicación no visual, la radio no se presta bien, por ejemplo, para enseñar métodos. El mensaje audible es difícil de ser captado y, más aún, de ser retenido. Por eso, casi siempre, describir procedimientos por radio es impráctico. El auditorio halla el mensaje abstracto; como la comunicación se emite sin ocasión de repasar lo no entendido, la percepción se hace muy difícil.

En cambio, si el propósito de la comunicación es de tipo puramente informativo o promotivo, la radio se constituye en un excelente vehículo. Puede repartir rápidamente, en una amplia latitud, un mensaje entre una gran cantidad de personas.

El éxito del empleo de la radio depende del propósito que tenga la comunicación. Use usted la radio para aquellas comunicaciones que tiendan a anoticiar a la gente sobre algo o a promover cierta actitud en el auditorio. No pretenda enseñar por radio métodos complicados. Pero no basta con determinar claramente el propósito de la comunicación. También hay que fijar el público y hay que analizar el medio en sí. Si se trata de alcanzar al campesino, habrá que preguntarse que porcentaje de tal público dispone de radioreceptores. Si la cifra es mínima, el extensionista deberá hacer un uso limitado de la radio para no desperdiciar tiempo ni esfuerzos.

1. Los Programas Radiofónicos

Hay muchos tipos de programas radiofónicos y se los clasifica de diversas maneras. Una de ellas es la siguiente:

- Programas monologados
- Programas dialogados
- Programas teatralizados

Esta clasificación se basa en la forma de emisión del mensaje. El tipo más común es el monologado. Es el caso del extensionista que ofrece, generalmente en forma periódica, una charla radiofónica individual. Los programas dialogados tienen más animación porque dos o más personas intercambian opiniones y porque hay variación en las voces. Los programas teatralizados son los más atractivos por su condición dinámica y por su naturaleza "realista".

Los monologados ofrecen menos dificultad de producción. Los dialogados son de una preparación ligeramente más difícil. Y los teatralizados son los más difíciles de producir porque requieren un buen conocimiento de las técnicas de la composición radiofónica.

El extensionista debe comenzar por lo más sencillo: los monologados. Conforme adquiera práctica y, según lo determinen sus necesidades de trabajo, podrá evolucionar hacia los otros tipos de programa, que demandan no sólo mayores conocimientos sino más tiempo de producción.

También se clasifican los programas de radio, por sus propósitos, en esta forma:

- Programas informativos

- Programas promotivos

- Programas didácticos

Las series noticiosas, los anuncios cortos, los sueltos de avisos y notificaciones, corresponden al primer renglón. En el segundo renglón, estarían aquellos programas que buscan despertar en el auditorio una actitud concreta (favorable o desfavorable) sobre cierto tema. Estos programas no se limitan a dar informaciones: tratan de provocar cambios específicos en el modo de sentir de la gente. Por último, los didácticos tratan de enseñar a pensar, sentir y actuar de una determinada manera. Son típicamente "educativos" en el sentido de que tratan de suministrar a la gente información utilizable, no simplemente noticiosa.

Un programa de radio puede tener uno de esos tres propósitos principales o una combinación de dos o de todos ellos. En este caso, se convierte en programa de propósito mixto o múltiple.

Por supuesto, los programas de tipo puramente recreativo son los que mayor volumen de horas de emisión tienen. Pero, para fines de extensión agrícola, no interesan.

2. La Producción Radiofónica

No se pretende que el extensionista se convierta en un experto en programación radiofónica. Se busca, sí, que conozca los rudimentos de la producción para poder hacer programas educativos simples, sin pretensión comercial. Naturalmente, podría ocurrir que un extensionista encomiende la emisión de sus mensajes a locutores profesionales de la estación que usa. Pero debe recordar que la radio no es otra cosa que un multlipicador de su propia persona. Por tanto, aunque no sea un experto hombre de radio, el público esperará que sea él mismo el que se encargue de hablar por la radio.

Los programas que escuchamos en la radio no se improvisan, salvo pocas excepciones. Un alto porcentaje de ellos está constituído por material escrito. La improvisación es siempre peligrosa. Sobre todo en la radio en la cual el control del tiempo es muy estricto y las equivocaciones no se pueden enmendar. Por tanto, el extensionista debe aprender algo sobre composición radiofónica.

Los elementos de la composición radiofónica son tres:

1. Palabras;

2. Música; y

3. Efectos de Sonido

El primero de ellos es el principal. La música y los sonidos son elementos auxiliares.

3. La Redacción para la Radio

a) Escriba como para que todos le entiendan. Piense en su público. No olvide que está escribiéndo para que la gente oiga, no para que lea. Nunca pierda de vista para quién está escribiéndo ni se olvide de para qué escribe usted. O sea: fije su público y marque su objetivo. Prefiera siempre usar un mínimo de palabras. Haga que estas palabras sean simples, familiares, fáciles de entender. No permita que sus oraciones sean muy largas. El promedio por oración no debe exceder de 15 palabras. Cuanto más larga sea la frase, menos podrá captar el oyente y más difícil le será recordar el concepto. Cuanto más larga la frase, más difícil pronunciarla ante el micrófono debido a que el locutor se queda sin aire y resuella.

b) Escriba sobre cosas que usted sabe bien. Documéntese siempre. Sea exacto. No exagere las cosas ni deforme los hechos. Nunca proporcione información que no sea absolutamente segura y fidedigna. Escoja bien sus temas.

c) Sea sencillo y ameno. No use palabras difíciles ni se ponga solemne. No haga discurso. Escriba con naturalidad, para que su programa "suene" a conversación corriente. No trate de imitar los estilos ni los formatos de los radiodifusores profesionales. Siga siendo "usted mismo": el Agente de Extensión que conversa con sus amigos agricultores.

d) Tenga cuidado con las fórmulas y las cifras. Al escribir, redondéelas. Nadie puede recordar las fracciones numéricas que oye por radio.

e) Todo concepto o palabras que usted considera difícil de entender y retener por su público, repítalo cuantas veces sea necesario. La repetición es de importancia vital en la radio, como en todo medio de comunicación oral. Reitere todo concepto importante o difícil. Vea la forma de que sus repeticiones no sean tediosas. Repita las cifras, los términos técnicos, las fórmulas, los vocablos científicos o comerciales, las palabras nuevas para su público, las direcciones, las medidas, las distancias, etc. Después de haber dado su mensaje, haga un resumen del mismo para reiterar, en síntesis, los puntos principales,

f) No ponga en su programa demasiadas cosas a la vez. Cuanto más recargado sea su programa, menos probabilidades tendrá de ser asimilado por el público. Emplee pocas ideas y desarróllelas en forma breve. A nadie le gusta escuchar asuntos demasiado largos y... es muy fácil librarse de ellos con sólo mover el botón del dial...

4. La Música

En la composición radiofónica, la música cumple tres funciones: puntuación, ambientación y recreación.

Usted debe identificar su programa con cierto fragmento musical apropiado. Este fragmento será siempre el mismo y se usará al principio y al final del programa y, a veces, en breves intermedios dentro del mismo. A ese párrafo musical se le llama característica o tema. Esta es la "tarjeta de visita"de su programa. Es un saludo al público y una tónica fija para indicar la iniciación o el cierre de un programa especial periódico. Usada así, la música es equivalente al prólogo y al epílogo de un texto literario.

Dentro del mismo orden tiene otros usos: separar y enlazar, a la vez, las partes del programa. Cuando separa una parte mayor del programa, se le suele llamar cortina. Cuando separa las prociones de una parte, se le suele llamar puente. Cuando separa fragmentos dentro de una porción, se le suele llamar ráfaga. Estas denominaciones equivalen a los períodos de la puntuación gramatical. Una cortina podría ser equivalente a un punto aparte. Un puente, a un punto seguido. Una ráfaga, a una coma. Su duración es también proporcionalmente decreciente y se calcula en segundos, aproximadamente. En todo caso, se usa la música para ir marcando las diferentes fracciones de que está compuesto el programa, para distinguirlas de las demás y para dar pausas al oyente entre grupo y grupo de palabras.

Además de dar la puntuación, la música dá ambientación a los programas. Es decir, crea -emocionalmente- la atmósfera de que uno desea rodear a sus palabras. Por ejemplo, puede ser alegre, trivial, sórdida, fúnebre, marcial, bucólica, trágica, melancólica, épica, etc. La música ayuda, pues, a crear en torno a las palabras el ambiente particular necesario para provocar en el oyente una determinada reacción emocional.

Finalmente, la música cumple una función puramente recreativa. Esta es acaso su función más conocida pero la menos importante para fines educativos.

En todos los casos, la música debe ser escogida cuidadosamente, no al azar. Se la debe escoger con un criterio funcional y no puramente artístico.

5. Los Efectos Sonoros

También tienen una función ambientadora. Contribuyen poderosamente a causar una impresión de realidad en el oyente. Por ejemplo: tormenta, lluvia, fuego, mugidos, pasos, sirenas, golpes en la puerta, rumor de oleaje marino, ruidos de automóviles, clamores, etc.

Los sonidos deben usarse con máxima discreción, sólo cuando realmente sean necesarios, cuando de verdad contribuyan a lograr el clima deseado para el programa. Si se abusa de los efectos, en vez de conseguir realismo, se habrá conseguido dar una penosa sensación de artificio, de cosa forzada.

Los sonidos pueden producirse directamente en el estudio radiofónico a la hora de propalar el programa o pueden hallarse grabados en discos especiales con que cuentan todas las estaciones emisoras.

Para fines educativos, los efectos sonoros son útiles pero no indispensables.

6. El Libreto Radiofónico

Con palabras, música y efectos sonoros se componen los programas. La redacción se hace en forma de libreto o guión. Es decir, que se redacta una pauta detallada y precisa de lo que se va a decir, de la música que se va a incluir y de los efectos sonoros, si son del caso, que se necesitarán en la emisión. Sólo con ésa guía detallada es posible producir buenos programas y evitar la improvisación. Sobre la base de este guión, se "monta" el programa. Montar es producir, llevar a la realidad radiofónica lo que es una composición verbal escrita.

El formato general de un guión incluye las siguientes especificaciones:

a) Debe escribirse en papel blanco no transparente, por un sólo lado. Si se escribiera por ambas caras, esto produciría confusión a la hora de emitir el programa.

b) Debe escribirse a máquina y a doble espacio

c) Debe hacerse tantas copias del libreto como personas vayan a participar en la emisión (Si se las hace en mimeógrafo, mejor)

d) Debe dejarse un margen superior amplio y un márgen izquierdo considerable; en esos espacios se añaden luego, por lo general, indicaciones personales a mano.

e) Debe evitarse, en lo posible, partir las palabras. Nunca debe partirse una oración al final de una página porque el pase fraccionado puede desorientar al locutor.

f) Debe marcarse cada página poniéndo en el extremo superior derecho de ella el título del programa y el número de la página. A la izquierda, en mayúsculas, se coloca el nombre de la persona que debe hablar, y a continuación lo que éste deba decir. Por ejemplo:

DOCTOR GONZALEZ.- Mucho gusto, amigos; hoy vamos a conversar un poco sobre la mosca del Mediterráneo.

Cuando se desea indicar música, se debe comenzar a la izquierda al mismo nivel que los nombres de los locutores. Debe indicarse el título de la pieza musical específicamente deseada o las características apetecidas, en caso de no darse el título. Luego, debe añadirse la duración aproximada, en segundos. Si es del caso, se pondrán también indicaciones de volumen (plano). Las indicaciones sobre música se ponen también en mayúsculas, pero con subraya. Por ejemplo:

MUSICA: "MARCHA N° 5", ALLEGRO - 5 SEGUNDOS

Los sonidos se indican también en mayúsculas, pero sin subrayar, entre paréntesis y no al margen izquierdo sino en el centro. Por ejemplo:

(SONIDO: TROTE DE CABALLOS - 4 SEGUNDOS)

En el texto de los parlamentos (oraciones correspondientes a cada locutor) se puede poner, cada vez que resulte necesario, indicaciones de modo, inflexión o dirección de la voz. Se las marca en mayúsculas y entre paréntesis, sin subrayarlas. Pueden ir, según se necesite, al principio, al medio o al final del parlamento. Por ejemplo:

> (DIRIGIENDOSE A JORGE) Te lo dije, muchacho. Pescar con dinamita es cosa mala. Pero (TONO MENOS REPRENSIVO) no te preocupes, ahora mismo llega el doctor...

También es importante subrayar algunas palabras que merezcan cuidado o énfasis especial dentro de un parlamento. Por ejemplo:

> "...Sí, amigos, ustedes pueden acabar con el gusano blanco que tanto estropea su cosecha de papas. Usen el Lexone siguiendo las indicaciones de su Agente de Extensión. Quedarán contentos con el resultado...".

A veces, cuando todavía se desea dar más énfasis, se puede dislocar una palabra para lograr una pronunciación especial. Por ejemplo:

> "Eso es, don Pancho, el Lexone es un IN - SEC - TI - CI - DA".

No es por capricho que se indica específicamente que algunas palabras deben ir en mayúsculas, otras entre paréntesis, otras subrayadas, etc. Se apela a esas diferencias mecanográficas para que cada persona, al ir leyendo ante el micrófono, identifique rápidamente su parte y sepa cuándo actuar y en qué momento detenerse para dar paso a otra actuación.

Deben haber tantas copias del libreto como personas tengan que participar en la emisión del programa. Supongamos que se trata de un programa dialogado en el que participan el agente de extensión, un especialista en pastos y un agricultor progresista. Cada uno de ellos debe tener su libreto. Además, deben haber copias, por lo menos dos, para la cabina de control o monitor de la estación. De esa manera, los

que vayan a hablar sabrán a qué atenerse y los que vayan a operar el equipo y manejar la música y los sonidos sabrán cómo y cuándo deberán intervenir. No debe trabajarse con un guión para dos personas. Cuando se hace ésto, resulta difícil seguir el hilo de la lectura; los locutores se ponen nerviosos y surgen pausas y dubitaciones perjudiciales para el programa.

7. Las Estaciones de Radio

El extensionista debe conocer bien la estación de radio con la que trabajará. Antes de escogerla, averigue usted el alcance que tiene ésta entre el público que le interesa y el grado de prestigio de que goza en las comunidades a que pretende llegar. Luego, establezca buena y constante amistad con el personal directivo de la estación y con los elementos técnicos de la misma. El director y el gerente de una estación son quienes hacen posible el programa agrícola. Si usted no es buen amigo de ellos, su programa no estará garantizado. Entre los técnicos, a usted le interesa principalmente estar muy vinculado con dos: el jefe de programas y el jefe de producción. El primero de ellos decide la hora de emisión, la duración y la naturaleza de los programas, y supervisa la elaboración de los libretos. El jefe de producción es el encargado de realizar ante el micrófono lo que los libretos demandan. En las estaciones pequeñas, estas dos funciones suelen ser atendidas por un solo hombre. Haga de ese hombre un buen amigo suyo. Sírvalo en lo que pueda. Trate de aprender de él los secretos de la radiodifusión.

Usted debe conocer los estudios de la emisora con que va a trabajar. Debe aprender cómo se mezclan en la cabina de control, la voz, con la música y con los sonidos; cómo se controlan el volúmen y el tono; cómo se producen ciertos efectos sonoros; cómo se abre y cierra el paso hacia ciertos micrófonos en ciertos momentos, siguiendo las indicaciones del guión; cuántas clases de micrófonos hay y en que se diferencian, etcétera.

Y hay algo muy importante que usted debe aprender en la estación: las señas silentes de emisión. El director del programa hace ciertas indicaciones con la mano a los operadores y, especialmente, a los locutores. Desde luego, no puede hablar. Entonces, la mímica especial es su canal de comunicación. Usted debe aprender de él los símbolos manuales usados en la estación para indicar, por ejemplo:

- Muy fuerte
- Muy suave
- Muy lento
- Muy veloz
- Silencio
- Module mejor
- Atención, listos; le toca a usted

Todos estos y muchos otros factores intervienen en la emisión. Un programa puede haber sido redactado perfectamente pero que resulte bueno o malo dependerá del montaje, de la dirección, de la realización radiofónica. Cuanto más aprenda usted sobre emisión, mejor podrá escribir sus libretos.

8. La Emisión Radiofónica

Lo primero que usted debe hacer es perder el "miedo" al micrófono. Al principio, el micrófono nos asusta a todos. Pero no hay razón para ello. En su trabajo, usted habla todos los días con decenas de personas. A veces, con centenares, como en el caso de las reuniones, las demostraciones. Y a veces, con millaren, como en el caso de las ferias y exhibiciones. Hablar ante el micrófono es lo mismo. ¿Por qué preocuparse, entonces? Sea natural, olvídese del micrófono; es un buen amigo suyo. No lo toque ni raspe en forma alguna; el micrófono es muy sensible al menor ruido y no reproduce los sonidos en forma natural sino magnificada. Un pequeño toque con un dedo o con un lápiz puede sonar en el receptor como un tremendo golpe. Deje, pués, tranquilo al micrófono y tranquilícese usted.

El hecho de que la radio tiene millares de radioescuchas no identificados, no debe conducirlo al error de pensar que usted habla para una masa amorfa y abstracta. Recuerde que cada receptor está en un hogar, en un sitio íntimo, donde le prestan atención una, dos o seis personas, no diez mil ni veinte mil. Escriba y hable siempre como si se estuviera dirigiendo a una sola persona amiga. Nunca escriba ni hable para la radio en forma impersonal porque, en tal caso, nadie se sentirá aludido.

En vez de decir:

"Se hace necesario combatir denodadamente las plagas del algodón que causan múltiples perjuicios...".

Diga:

"Defienda usted su cosecha de algodón. No deje que los insectos le hagan más daños. Combátalos".

Al hablar por radio, pronuncie bien, mejor que de costumbre. Ensaye para que sus palabras salgan claras, distintas, completas. No se coma las últimas "sílabas". Pronuncie todos los sonidos. Con práctica y guía, todos podemos mejorar nuestra dicción.

Module su voz. A ratos, alce el tono de su voz. Otras veces, bájelo. Haga que sus sonidos sigan una línea ondulada, combiante, con matices. Si usted emite su voz en un sólo tono igual, parejo, uniforme, su mensaje será monótono y aburrido. Grabe su voz y estúdiela. Pida la ayuda de los hombres de radio para mejorar su dicción y su modulación.

En cuanto a la velocidad de emisión, sea cuidadoso. No hable nunca con demasiada rapidez. Recuerde que es difícil entender y retener lo que se oyo. Hable con normalidad, ni tan rápido que cause confusión ni tan lento que resulte irritante. Esto también se puede aprender con la práctica y con la ayuda de un director profesional de programas.

Observe la puntuación que marca el guión. Haga bien todas las pausas indicadas en él.

Nunca fume ante el micrófono. Tampoco mastique nada.

Aprenda a respirar bien. Inhale siempre por la naríz, lentamente, la mayor cantidad de aire posible. Nunca aspire aire con la boca abierta. Tampoco expela el aire por la boca en forma violenta. Si ha recogido usted bastante aire y si aprende a extraerlo poco a poco, conforme va hablando, nunca le faltará aire y nunca tendrá que inhalar de golpe ante el micrófono. El músculo estomacal llamado diafragma controla en gran parte la respiración. Pídale a un hombre de radio que le enseñe a usarlo mejor.

Evite carraspeos, toses y estornudos. Si se produjeran súbita e inevitablemente, amortíguelos con el pañuelo, tratando de alejarse del micrófono.

Colóquese a una distancia apropiada del micrófono y en el ángulo más conveniente para el volúmen de su voz. Generalmente, una cuarta de distancia es lo recomendable, pero ésto varía según el timbre y el volúmen de la voz y según el tipo de micrófono. Pida al director o al operador que le enseñe la mejor colocación.

Antes de empezar su programa, quite las grampas con que está cosido su guión. Maneje los papeles con cuidado, de modo que no hagan ningún ruido inconveniente. Téngalos a mano, bien dispuestos a su alcance para que pueda leerlos con facilidad y sin revolverlos.

Hable con sencillez y naturalidad. No se ponga solemne. No haga discurso. Hable como si estuviera charlando con un agricultor en la puerta del mercado del pueblo o en su oficina de campo. Sea ameno y siempre cordial. Ni finja ni haga que su voz suene afectada.

Ensaye siempre. Nunca hay garantía en lo que se improvisa. Ensayando, usted conocerá mejor su programa y estará seguro de lo que debe hacer. El ensayo es particularmente necesario cuando pone usted a participar en su programa a otras personas que no forman parte permanente del mismo. Entreviste a esas personas con anticipación, tome datos de ellas y escríbalos en forma de libreto preliminar. Muéstreles esos apuntes para cualquier corrección. Cuando los aprueben, déjeles anticipadamente copia del libreto para que lo conozcan y ensayen. De esa manera, a la hora de emitir, esas personas se sentirán más confiadas, perderán parte del "miedo al micrófono" y le ayudarán a lograr un buen programa. No las ponga a improvisar. A usted tampoco le gustaría que lo sorprendieran con un súbito compromiso ante la radio.

A veces, usted tendrá necesidad de incluir partes no ensayadas en su programa, especialmente en el caso de las entrevistas documentales directas. Para esos casos, como para muchas otras cosas, el grabador magnetofónico es una gran ayuda. Usted puede corregir lo que ha grabado o puede acortarlo, con simples cortes de tijera o borrando algunas partes del parlamento. El manejo de un grabador es algo muy simple; hay grabadores portátiles a batería para donde no hay corriente eléctrica. En general, siempre que usted pueda, debería grabar su programa completo y hacerlo llegar a tiempo a la estación. Así usted podría escucharse a sí mismo y evaluar su propio programa.

Sea siempre puntual y cumplido con la estación o lo que, es lo mismo, con su público. Respete a la estación y a su público. No falle a sus compromisos de emisión ni llegue tarde. Piense que el tiempo en la radio es muy caro; se cuenta por segundos.

OTRAS CONSIDERACIONES SOBRE LA RADIO

La hora de transmisión es algo muy importante. Usted tiene que escoger una hora que convenga a la estación, a su público y a usted mismo. Piense siempre en su público. Si usted quiere alcanzar a los agricultores, un programa transmitido a las diez de la mañana o a las tres de la tarde no le servirá de nada. Si desea llegar a las amas de casa, las 6:30 a.m. probablemente no es una hora apropiada.

La duración del programa también es de gran importancia. Casi siempre las estaciones dividen su tiempo de programas completos en unidades de 15 minutos. Hacen esto porque saben que es muy difícil mantener la atención concentrada del auditorio por más tiempo, a menos que se empleen recursos de recreación o dramatización especiales que no siempre están al alcance del extensionista.

Otro factor de interés es la periodicidad del programa. Usted debe determinar si conviene y si le resulta posible hacerlo diario, interdiario, bisemanal o sólo una vez por semana. Un programa de 15 minutos, a las 7 de la mañana, transmitido lunes, jueves y sábados, no es lo mismo que un programa de 30 minutos transmitido el domingo a la una de la tarde. En esto no se puede generalizar. Cada extensionista debe estudiar la situación y tomar sus decisiones particulares al caso. Recuerde, sin embargo, que cuanto más tiempo pase entre un programa y otro, menor será la oportunidad de atraer sobre él la atención permanente del público. Cuanto más frecuente sea la presentación del programa, mayor será la probabilidad de crear en el público agricultor el deseo de oírlo que, más tarde, deberá convertirse en hábito y en necesidad, si el programa está bien hecho.

¿Debe o no debe tener auspicio comercial el programa radiofónico de extensión agrícola?. Usted se encontrará con esta duda a la hora de usar la radio. La mayoría de las estaciones comerciales suelen ceder tiempo de emisión gratuito a los programas de servicio público desinteresado. Como es lógico, sin embargo, las estaciones venden las mejores

horas de emisión a los anunciantes comerciales. Así, a veces, el horario que ofrecen gratis al extensionista no es útil para éste. ¿Qué hacer entonces? ¿Buscar o aceptar el auspicio de algún fabricante o distribuidor de productos agrícolas? Esto puede ser peligroso, ya que el espíritu de lucro puede desvirtuar la naturaleza altruista y educativa del programa agrícola. También puede ocurrir que se acuse al extensionista de parcialidad en favor de determinados artículos comerciales sobre todo si el patrocinador vende productos para el campo. El asunto es, pues, delicado. Sin embargo, cuando no hay alternativas, pueden haber -y los hay- programas de extensión financiados por casas comerciales. Todo depende del tratamiento que se dé a los mensajes comerciales. En tales casos, por lo general, los anunciantes suelen limitarse a indicar, al principio y al final del programa que el mismo fué transmitido por cortesía de ellos. De ahí a quebrar los parlamentos (mensajes educativos desinteresados) del extensionista cada dos o tres minutos con una abierta frase de ventas, hay una gran distancia. Es algo que el extensionista debe evitar.

Por regla general, en América Latina, el campesino está fuera del alcance de la radio. No tiene recursos para costearse el receptor. Además, salvo pocas excepciones, no hay electricidad en el campo. La radio en nuestros países es, por el momento, un vehículo de comunicación masiva que principalmente se dirige al público urbano. A ello se añade el hecho de que, sea para la ciudad o para el campo, la radio tiene poca utilidad cuando se trata de enseñar métodos.

¿Quiere esto decir que el extensionista no debe usar la radio?. Ciertamente, no. El extensionista no puede desechar un medio de comunicación tan valioso. Lo que debe hacer es usarlo racionalmente. Para ciertos propósitos y para ciertos sectores del público, puede omitir la radio. Pero, con seguridad, hay muchos propósitos -información y promoción- para los cuales la radio es vehículo ideal. Habrá ciertos sectores del público que sean alcanzados por ésta con mucha eficacia. Si la radio no llega directamente al campesino perdido en las montañas, puede llegar al finquero grande y al agricultor sub-urbano. Estos, más tarde, pueden ejercer una influencia indirecta en los pequeños campesinos, haciéndoles llegar los mensajes que ellos recibieron por radio. Alcanzar a las gentes de las ciudades también puede ser útil. Al fin y al cabo, ellas viven -en el sentido de su alimentación, por lo menos- dependiendo del campo. Los problemas de la agricultura, aunque en otro orden de cosas y en medida distinta, también les conciernen. Si esa gente recibe por radio información sobre las actividades de extensión, si se da cuenta de lo valioso de estos servicios, podrá ser movida en favor de ellos. A la hora de las asignaciones presupuestarias, a la hora de las determinaciones en los parlamentos que hacen las leyes y disponen de los fondos públicos, la opinión de los habitantes urbanos sobre los asuntos del campo puede tener valor decisivo. Y la radio puede jugar en ello un papel vital.

Asegúrese Evaluando

Algunos extensionistas se contentan con transmitir su programa. Aparentemente, dan por descontado que el programa está cumpliendo

su propósito y que está alcanzando a su público. Desgraciadamente, esto no siempre es así. Para saber si lo es o no lo es, no hay otro recurso que el de preguntar a la gente a quien va destinado el programa. Aproveche para ello las visitas a la finca y al hogar, las visitas de los campesinos a su oficina, las reuniones, etc. También, en ciertos casos, puede hacer pequeñas encuestas mediante cuestionarios escritos. Usted verá qué método le resulta más práctico y más viable. Pero alguno tiene usted que usar para saber cómo marchan sus programas desde el punto de vista del público al que va destinado.

- ¿El día y la hora son adecuados?

- ¿La frecuencia o periodicidad es la más indicada?

- ¿La estación escogida es la más conveniente?

- ¿El nivel de vocabulario es comprensible?

- ¿Los temas coinciden con los intereses y con las necesidades del público?

- ¿El público quiere más noticias, más consejos técnicos o más recreación?

- ¿El público prefiere los programas monologados, los dialogados o los teatralizados?

- ¿Es correcta la dicción?

- ¿Qué hay en cuanto a la velocidad y a la modulación?

- ¿En qué medida ha asimilado el público su mensaje?

En fín, muchas preguntas como éstas podrían servirle para explorar lo que el público piensa sobre su programa. Usted tiene que evaluar. Usted tiene que saber si el programa alcanza al público que se tiene fijado, si le agrada y le sirve, si está cumpliendo el propósito que se le ha señalado. Si no lo hace, trabajará a ciegas. Y, si trabaja a ciegas, es muy probable que emplee gran cantidad de tiempo y demasiado esfuerzo en algo cuyos resultados sean tan modestos que no justifiquen tal empeño. Use la radio pero no porque sí, por el gusto de usarla. Recuerde que usted es un educador y que la radio, como los demás medios de comunicación, no es otra cosa que un instrumento multiplicador de sus mensajes educativos.

- - - - -

cómo producir PELICULAS EDUCATIVAS A BAJO COSTO

VINICIO VALDIVIA

Especialista en Cine
Ministerio de Agricultura
Santiago, Chile.

LA creciente importancia que adquieren cada día los métodos audiovisuales para obtener resultados efectivos dentro de la enseñanza, cualquiera que sea su naturaleza, concede especial interés a la producción de películas educativas de bajo costo. Ello se debe a que el cine, gracias a la conjunción de una serie de elementos fundamentales entre los que se destacan la imagen animada y el sonido, constituye uno de los medios audiovisuales más completos.

Aunque la cantidad de películas educativas disponibles en la actualidad es abundante, muchas veces no se puede contar con el material adecuado a ciertos requerimientos. Además, es frecuente el hecho de que dicho material no corresponda al lenguaje, ambiente y en general, a la idiosincracia de los diversos países. Por esta razón, es imprescindible fomentar la producción de películas locales que al llenar estos requisitos, resultan de enorme valor práctico.

En este artículo nos referimos a los aspectos más destacados de este tema.

Composición del equipo cinematográfico mínimo, para 16 milímetros

1 Filmación
cámara filmadora y accesorios
trípode
fotómetro
equipo para iluminación portátil
cinta de medir

2 Edición
editora de imagen animada
sincronizador de 2 bandas con contador de cuadros;
enrrolladores (un par) con capacidad para dos carretes simultáneos en cada brazo;
empalmador de películas con cemento y accesorios correspondientes

3 Grabación
grabador de sonido de 7½ pulgadas por segundo en cinta o película magnética;
proyector con motor sincrónico para 24 cuadros por segundo

4 Titulación
tituladora que permita desplazamientos de la cámara filmadora sobre el eje visual.

5 Accesorios diversos
pizarras para identificación de escenas, tomas, etc.;
reflectores de láminas metálicas o de papeles reflejantes para luz de sol.

Puede aún prescindirse del aparato grabador de sonido magnético si se cuenta con la facilidad de efectuar estos trabajos en un estudio de radio. En la práctica es aconsejable adoptar este sistema como norma regular ya que ofrece ventajas de todo orden.

Someramente, diremos que para grabar nuestras películas, bastará colocar nuestro proyector sincrónico en la sala de controles del estudio y proyectar a través del vidrio doble, aislante del sonido, hacia la sala de locución. Allí estará situado el narrador a quien podremos dirigir por medio de la señal luminosa, corriente en los estudios de las radiodifusoras, para que tome la palabra cada vez que la luz permanezca encendida.

Contaremos así, con las posibilidades de ejecutar una excelente grabación, guiada técnicamente por el ingeniero de sonido de la radioestación y haciendo uso de todos los medios que ofrece la radiodifusión moderna, incluso los fondos musicales que podrán elegirse en la discoteca de la emisora.

Cómo debe ser la cámara filmadora

También es importante destacar algunas condiciones básicas que debe reunir la cámara filmadora. Ella debe contar con marcha regulable que puede variar desde 8 hasta 32 cuadros por segundo o más. Como mínimo, debe exigirse que cuente con 2 velocidades de filmación: 16 y 24 cuadros por segundo y un dispositivo que permita fotografiar cuadro a cuadro. Esto permite la realización de gráficos y títulos animados, además de otros efectos indispensables para las películas educativas.

La cámara filmadora debe estar dotada de dos lentes por lo menos, montados sobre una pieza giratoria que permita un intercambio rápido y preciso. Estos lentes deben ser por orden de preferencia para ángulos de visión normal (25 mm.) y gran angular (15 mm. generalmente). Un tercer lente es aconsejable y este debe pertenecer a la categoría de los teleobjetivos (75 mm. generalmente).

Equipo humano

A nuestro juicio, el equipo humano es la parte realmente importante de la organización cinematográfica destinada a producir películas. Y dentro de este equipo, es preciso destacar que en la mayoría de los casos, el buen éxito de todo lo que se proyecte realizar, depende de un "hombre con sentido cinematográfico". Con esto, pretendemos significar un individuo que reúna condiciones especiales para llevar a cabo una película a través de todas las complejas fases que se requieren. Este individuo, además de su buen criterio, conocimientos y deseos de superación constante, debe poseer también el empuje y la convicción que lo harán llevar a feliz término el proyecto total. En la práctica, suele ocurrir que nuestro hombre se encuentre ubicado en cualquier etapa de la producción cinematográfica, sea ésta técnica, artística o administrativa. Corresponderá entonces a los jefes del servicio respectivo, valorar las condiciones que lo distinguen para darle las atribuciones que beneficien el trabajo total.

Aunque el hecho constituye una excepción, puede suceder que nuestro personaje reúna los méritos y conocimientos suficientes para hacerse cargo de una serie de trabajos y llevar a cabo gran parte de la producción cinematográfica. En estos casos, se obtiene como consecuencia inmediata, una realización a costos notablemente bajos, quedando la calidad del trabajo condicionada a la habilidad y talento del cinematografista. Toda vez que este no es el caso común, nuestras películas serán por lo general, el resultado de un trabajo de conjunto. De esta manera, el "equipo humano mínimo" debería formarse a base de: un escritor de argumentos, un director, un cameraman y uno o más ayudantes.

Ya que indefectiblemente deberá recurrirse a un técnico de sonido, electricista, dibujantes, etc., todo proyecto concebido dentro de bases económicas, llenará estos requisitos por medio de la contratación de los servicios respectivos.

Etapas de la producción de películas educativas

En forma resumida y considerando que dichas etapas se realicen dentro de bases económicas, serían las siguientes:

1 Planeamiento de la película

Aquí deben incluirse todos los antecedentes previos a la realización cinematográfica tales como: objetivos que se pretenden lograr con la película, tipo de audiencia a quien va dirigida, especificaciones técnicas, costos, etc.

1 Filmación

Durante esta etapa, será fundamental la asesoría permanente de los especialistas en el tema elegido. El guión de rodaje, previamente confeccionado, constituirá la base de esta etapa.

1 Confección de la copia de trabajo o "workprint"

Terminada la filmación, se contará con una copia de trabajo que se habrá solicitado, la mayoría de las veces, en cada oportunidad que se envía película a revelar al laboratorio. Esta copia, debe editarse de acuerdo al guión de rodaje y constituirá una visión anticipada muy aproximada, de lo que será la película definitiva.

4 Exhibición privada para evaluación

Editada la copia de trabajo, es indispensable efectuar una o más exhibiciones privadas, a todas aquellas personas que tienen relación con la película, para verificar si cumple los propósitos que se tuvieron en cuenta al planear la cinta educativa.

Durante esta exhibición, debe leerse la narración que acompaña a las imágenes y efectuar los ajustes y modificaciones de todo orden que se estimen convenientes para lograr mejores resultados.

5 Grabación

Elegidos los fondos musicales y los efectos de sonido adecuados, se procederá a la grabación magnética de acuerdo a lo descrito en párrafos anteriores.

6 Corte del negativo y envíos al laboratorio para solicitar las copias definitivas

En esta etapa se procederá a cortar el negativo de acuerdo a la copia de trabajo ya editada y corregida, y se marcarán los efectos ópticos, si los hay.

Se enviarán al laboratorio: el negativo editado, la copia de trabajo editada, la banda magnética correspondiente y las instrucciones que se estiman necesarias. Con estos elementos, el laboratorio suministrará las copias definitivas.

Costo de las películas producidas localmente

Los costos son en extremo variables ya que según se ha visto intervienen en ellos una serie de factores. Además, las condiciones económicas propias de cada país y el valor de la mano de obra, influyen en uno u otro sentido. Sin embargo, como estimación general, puede establecerse que costos cercanos a los 100 o 150 dólares por minuto de película proyectada, pueden considerarse satisfactorios.

No obstante, debe tenerse en cuenta que estamos tratando de películas educativas de 16 milímetros en blanco y negro, realizadas sin despliegue de artificios y en condiciones económicas mínimas.

Consideraciones generales

Es evidente que las películas realizadas en toda organización que se inicia, estarán sujetas al perfeccionamiento que implica la experiencia. Una vez superada esta etapa y aún con las limitaciones derivadas de una pauta económica, ellas podrán competir con ventaja en el terreno de la efectividad, gracias a que fueron creadas especialmente para propósitos educativos bien definidos.

"Hemos puntualizado la limitación impuesta por la escasez de personal debidamente preparado y hemos señalado la necesidad de ampliar la base de los futuros ingenieros agrónomos en extensión, sociología y materiales afines."

(Armando Samper, Director de Servicios Regionales del IICA, en la Reunión Técnica Internacional sobre Extensión Agrícola de Lima, Perú).

DESARROLLO AVICOLA EN EL AREA DEMOSTRATIVA DE

San Ramón, Uruguay

Este artículo ha sido extractado por Washington Rosa, estudiante uruguayo en el 2º Curso de Información Básica, del Boletín "Enseñanza Técnica para el Mejoramiento de la Agricultura y de la Vida Rural", Abril-Junio de 1959 del Servicio de Informaciones del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas - Zona Sur. Montevideo, Uruguay.

EN el Area Demostrativa de San Ramón existía la creencia general de que la producción avícola era secundaria, es decir, una explotación que no daba buenos rendimientos económicos y era considerada como una entrada secundaria destinada más al consumo diario de la familia. La pequeña producción en algunas ocasiones se comercializaba a través de intermediarios —mercachifles o revendedores— que pagaban según su antojo y en algunas ocasiones a cambio de otras mercaderías.

Cuando en el Area se hizo el primer trabajo de economía agrícola para encarar el futuro trabajo de extensión, se vió cuál era la importancia real de la producción avícola en San Ramón. La avicultura apareció entonces que estaba contribuyendo con el 3.80% del ingreso bruto total de la producción de la zona, que comparado con la producción general por jornada, rendía 8 veces más.

Esta productividad de la avicultura, en relación con el tiempo que ocupa en atenderla, fue uno de los factores que empujó a que se pusiera este tipo de producción dentro del programa de mejoramiento de las condiciones de vida de la zona. Se vió que si había un resultado relativamente alto en una explotación avícola rudimentaria, se aumentaría esta producción enseñando a los productores, aspectos técnicos de la avicultura. Encarada así en forma rudimentaria, era alta, comparada con las otras explotaciones que se hacían en el Area.

Entre las características de ese desarrollo avícola efectuado en esta forma, estaban las siguientes:

1. No se prevenía a las aves contra enfermedades, ni se efectuaba tratamiento sanitario cuando aparecía la enfermedad.
2. Las aves se criaban sueltas, causando daño en los cultivos cercanos.
3. La alimentación era deficiente.
4. No se hacía selección de aves.
5. No se utilizaban pollitos BB provenientes de criaderos controlados, etc.

Frente a esta realidad, el programa de extensión en el Area de San Ramón resolvió impulsar el desarrollo de la avicultura, previa consulta al Comité de productores. Se empezó con un proyecto piloto que sirvió para enseñar las técnicas de producción y mostrar los resultados económicos de la aplicación de esas técnicas.

En la nueva orientación se trató de:

1. Mantener las aves en encierro, construyendo para ello gallineros rústicos provistos de comederos, bebederos y ponederos.

SE REALIZO

UN FESTIVAL MUNDIAL DE PELICULAS AGRICOLAS EN BERLIN

FRITZ ALBERT
Especialista en Ayudas Visuales
Estados Unidos
Universidad de Wisconsin.

EN el corriente año de 1960 se celebró en Berlín la primera competencia de películas cinematográficas sobre información agrícola. Los organizadores del evento merecen elogios tanto por la idea como por la forma en que se realizó.

Veinticuatro países exhibieron un total de 72 películas, 17 de las cuales fueron premiadas. Las siguientes fueron las películas que obtuvieron premios:

PREMIO	PAIS	TITULO DE LA PELICULA	COLOR o B-N
Medalla de Oro	Inglaterra		
Medallas de Plata	Holanda	Work Study Aids Farmers	B-N
	Suecia	Brandgevaar op de boerderij	B-N
	Noruega	Svensk mejeriindustri	colores
	Suiza	Milchgeschirr unter der Lupe	B-N
	Alemania	Auf den Spuren des Lebens	B-N
Medallas de Bronce	Suecia	Det handlar om naet	colores
	Noruega	The Food of the Dairy Cow	colores
	Suiza	Koenigin im Frauenreich	B-N
	Portugal	Portugal, Terra da Cortica	colores
	Canadá	The Fishermen	B-N
	Japón	Two Crops of Rice in Japan	colores
	Pakistán	Road to Prosperity	B-N
	Inglaterra	in Good Heart	colores
	Inglaterra	Safer Farming - Tractor Sense	B-N
	Francia	Images de Sologne	colores
Mención honorífica	Federación Malaya	Master Farmer Kum Yeng	B-N

Qué es una película agrícola?

Entre los miles de películas no teatrales que se realizan cada año, varios cientos de ellas pueden ser clasificadas como películas de información agrícola.

Algunas están hechas especialmente para los campesinos, para comunicarles información sobre las buenas prácticas agrícolas. Otras se dirigen al público consumidor, para informarle respecto a la producción de alimentos, fibras o madera, o sobre los asuntos relacionados con la pesca.

Estas dos clases de películas, al igual que todas las buenas películas de cine, tratan de comunicar un mensaje determinado para un público específico. Algunas de ellas son útiles únicamente en el adiestramiento vocacional de los futuros agricultores, mientras que otras constituyen magníficos auxiliares para el personal de Extensión. Muchas películas agrícolas tratan de llegar a un público mucho más numeroso, mediante su uso en las escuelas, las clases para adultos y la televisión.

Las películas premiadas en el festival de Berlín estaban divididas más o menos por partes iguales entre las que servían para instruir en agricultura y las que buscaban informar sobre la agricultura. Quedó en claro que muchos gobiernos utilizan el cine, tanto para mejorar las prácticas de producción de alimentos, como para informar al público sobre los problemas relacionados con la producción de los mismos.

Criterio para juzgar una película agrícola

Al igual que cualquier otro buen maestro, el encargado de realizar una película de información agrícola necesita conocer ampliamente la materia que trata y las características de su público. Tiene también que escoger entre una gran variedad de expresiones y técnicas para narrar su información. Algunas de esas técnicas son definitivamente mejores que otras, y no es siempre la más cara la mejor. Lo importante es escoger el punto de vista que se va a emplear y las expresiones fílmicas que más claramente desarrollen el tema, todo lo cual debe hallarse dentro del marco de experiencias del público en cuestión.

Resultaba fácil, para cualquier asistente al festival de Berlín, notar que tales expresiones fílmicas se están empleando, moderada e inteligentemente, lo cual resulta más efectivo que cuando los trucos cinematográficos se emplean con demasiado profusión.

He aquí algunos de los puntos de vista que sustentaron el criterio de los jueces:

- importancia de la materia para el público en cuestión
- tratamiento del tema desde el punto de vista del propósito educativo
- calidad técnica

Los temas escogidos fueron generalmente de significación básica para la agricultura: asuntos tales como el crédito agrícola, o la producción de dos cosechas de arroz al año en una región dada.

La mayoría de los productores cinematográficos se concretaron a hacer una presentación clara, con una ruta informativa directa, libre de artificios y recovecos, como todos los que conocen bien la materia que tratan y el medio cinematográfico.

La mayor parte de las cintas premiadas no necesitaron recurrir a una trama dramática o truculenta, ni a situaciones artificiales encaminadas a adornar el mensaje.

El último criterio, el de "calidad técnica", fue el más fácil de definir. Existe el buen color y el mal color. Existe el buen sonido y el mal sonido. El número de palabras por minuto, y el promedio de longitud de las escenas, son fáciles de someter a medida. Muy visible también es la calidad gráfica de la animación. Tales factores—como se indican a continuación—son fáciles de evaluar, y casi no dieron lugar a discrepancia entre los jueces del festival de Berlín.

1. **El color no es siempre necesario.**
   De las 72 películas presentadas, 45 fueron de color y 27 en blanco y negro.
   De las 17 películas premiadas, 8 fueron de color y 9 en blanco y negro.
   La película que obtuvo la Medalla de Oro, "Work Study Aids Farmers", la mejor de las presentadas, era una película en blanco y negro.

2. **Las películas de corto metraje están ganando terreno.**

El 38%	de las	películas	presentadas	eran de 15 minutos o menos tiempo
El 23%	"	"	"	de 16 a 20 minutos
El 19%	"	"	"	de 21 a 25 minutos
El 13%	"	"	"	de 26 a 30 minutos
El 7%	"	"		fueron de más de 30 minutos

3. **Un gran número de países todavía producen sus películas inicialmente en 35 mm.,** aun cuando las copias finales de las películas se realicen exclusivamente en 16 mm. Por supuesto, esto resulta caro, y se explica por las prácticas tradicionales y los servicios de laboratorio disponibles. No obstante, la calidad de las copias de 16 mm., derivadas de originales de 35 mm., es generalmente inferior a las copias de 16 mm., derivadas de originales de 16 mm. El asunto de si deben presentarse copias de 16 mm., o de 35 mm., a un festival cinematográfico, es cosa difícil de decidir. Parece lógico presentar cada película en el mismo formato en que la mayoría del público habrá de verla.

   En el festival de Berlín, las exhibiciones demostraron generalmente una "mayor brillantez en la pantalla" en las películas de 35 mm., que en las de 16 mm. La brillantez de las películas en la pantalla debe ser la misma para todas las películas, cualquiera que sea el formato.

4. **La calidad del sonido de muchas películas de 16 mm., fue desproporcionadamente inferior al de las de 35 mm.** El fonocaptor (pickup) de los proyectores de 16 mm., resultó generalmente insuficiente. No obstante, la banda de densidad variable siempre dió una buena reproducción del sonido, mientras que la banda de área variable generalmente produjo una reproducción mediocre. Sería, pues, de interés para los productores de películas de 16 mm., utilizar el sonido de densidad variable, ya que las posibilidades de una buena reproducción son mayores con este sistema.

5. **En las películas agrícolas, se continuó poniendo énfasis en la fotografía ante todo.** Una magnífica fotografía, combinada con un instructivo sistema de animación, fue una sólida característica de las películas premiadas. El sonido generalmente jugó el papel de un auxiliar.

6. **Las películas premiadas emplearon la música moderadamente y en el momento oportuno.** Algunas películas presentadas hacían uso de música mal seleccionada y con un volumen demasiado alto en relación a la narración.

7. **Algunas películas excelentes fueron echadas a perder con escenas en las que se empleaba la sincronización labial.** Las escenas que utilizaban la sincronización labial casi siempre le restaban valor a las películas que empleaban tales recursos. Esas escenas rara vez tenían realismo, y esto las hacía aparecer anticuadas ya que los públicos de hoy en día tienen una gran percepción para descubrir la artificialidad.

El festival de cinematografía agrícola de Berlín, realmente ha proporcionado un magnífico comienzo y de repetirse periódicamente a intervalos de 3 o 4 años, puede llegar a convertirse en una magnífica guía para los productores de películas de este tipo.

Deben hacerse los arreglos para que un mayor número de los productores puedan asistir personalmente a estos festivales. Los gastos que esto acarree pueden resultar productivos en términos de las futuras realizaciones. Dichos productores adquirirían allí una gran riqueza de ideas y un valioso estímulo con la proyección de sus películas, lo mismo que con el intercambio de ideas y de amistosa cooperación, tal como la experimentamos en Berlín.

POR QUE HAY UNA COOPERATIVA DE CREDITO EN SANTIAGO, PANAMA

SANTIAGO, es una ciudad de unos 10.000 habitantes, muchos de ellos procedentes de distintos lugares del país.

Su economía la regulan los empleos públicos, trabajos particulares y la agricultura. Existen diversos niveles culturales y económicos y por esta razón hay también diversos puntos de vista e intereses en lo que se refiere al progreso del pueblo.

Cuenta Santiago con todos los servicios de importancia, escuelas bien atendidas con cerca de 1.200 niños, Normal donde se gradúan anualmente unos 200 maestros, electricidad y acueducto en casi la totalidad de las casas del centro de la ciudad; hospital, y una bien cuidada iglesia.

Tiene también el pueblo un comercio bien surtido y una agencia bancaria para toda clase de transacciones de esa índole; hay agencias de todas las oficinas públicas de importancia, un cine y centros de diversión, casi todos para hombres.

Con todas estas características de centro urbano, pero estando en término medio entre rural y urbano y pendiente su economía de entradas relativamente bajas en la gran mayoría, existen en la comunidad los llamados "prestamistas" que viven y se enriquecen de los intereses que cobran por los préstamos que hacen. Pero aún así, hay gran cantidad de personas que no pueden hacer uso de crédito por no ser empleados públicos o de alguna agencia privada.

Cómo se desarrollaron los hechos

1. Uno de los líderes locales, reunió a un grupo de amigos para formar una sociedad benéfica que ayudara a personas necesitadas. El Agente de Divulgación Agrícola, propuso la organización de una cooperativa de crédito que lleva la misma finalidad de ayuda mutua, sin que sea caridad.

JOSEFINA DE ALBA
Servicio de Divulgación Agrícola.
Panamá.

2. Se pidió ayuda al Departamento de Educación Cooperativa del Servicio de Divulgación Agrícola y vinieron a instruir a este grupo de personas, sobre lo que debían hacer.
3. La Agente del Hogar comenzó a interesar a grupos de maestros, amas de casa y a todos los que demostraban interés por la formación de una cooperativa.
4. Estando la mayoría de las personas de la comunidad ya enteradas, se reunieron una noche y se organizaron los círculos de estudios cooperativos que comenzarían a ahorrar unos 25 centavos semanales como mínimo para formar el Capital de la Cooperativa.
   Para mejor organización de estos círculos, se formaron cinco de ellos con las personas que por nexos de amistad o de trabajos fueran para ellos más fáciles y más agradables las reuniones. El Club de Amas de Casa fue uno de los grupos de estudio, en el que todas se interesaron y terminaron el curso.
   Cada círculo tuvo su mesa directiva propia e hizo sus ahorros y los depositó en el banco por separado. De cada grupo surgió un líder o instructor que se encargó de enseñar semanalmente la lección y dirigir al grupo. Los estudios y ahorros se hicieron de Junio a Diciembre de 1955. Llegaron a ahorrarse unos 369 balboas. (El balboa está a la par con el dólar americano).
5. Cuando terminaron el estudio para cooperativas de crédito, los instructores reunieron a la asamblea general para hacer los estatutos de la sociedad, se nombró una directiva provisional encabezada por un sacerdote que tuvo a su cargo la dirección del grupo, hasta tanto se organizara en forma legal la sociedad cooperativa.
6. Luego que se hicieron los estatutos y se tuvo la personería jurídica correspondiente, la asamblea general procedió a

VOCABULARIO CINEMATOGRAFICO

Programa Interamericano de Información Popular
San José, Costa Rica

(ACADEMY LEADER)

Guía "Academia"

Un tipo de guía generalizado en toda la industria, que se coloca al principio y al final de todos los rollos de las copias definitivas y contiene indicaciones sobre enhebrado y otros detalles útiles para el proyeccionista. Su nombre proviene de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas.

(ACADEMY MASK)

Máscara "Academia"

Esta máscara, cuyo nombre proviene de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas, por haber ésta determinado su generalización, enmarca una imagen de 0.631 pulgadas de alto por 0.868 pulgadas de ancho, resultando en una proporción de pantalla de aproximadamente 3:4. El área cubierta por una máscara "academia" se conoce como apertura "academia".

(ACETATE BASE)

Base de Acetato

Una base para película corriente compuesta principalmente de acetato de celulosa. Sinónimo de base de seguridad.

(ACHROMATIC LENS)

Lente Acromático

Un lente que rectifica las aberraciones cromáticas mediante la colocación de dos longitudes de onda en un foco común.

(ACTION!)

Acción!

Orden dada por el director de una película cuando las cámaras están moviéndose a una velocidad normal, indicando que la acción va a empezar.

(ALTERNATING CURRENT - AC)

Corriente Alterna

Corriente que cambia direcciones en ciclos regulares.

(AMPERE)

Amper

Unidad para medir la intensidad de una corriente eléctrica.

(AMPLIFIER)

Amplificador

Aparato para aumentar la fuerza sin alteración apreciable de su calidad.

(ANIMATION)

Animación

El proporcionar a los objetos inanimados puestos ante la cámara, un movimiento aparente mediante el aprovechamiento conjunto de la capacidad de la película y del ojo para fundir imágenes separadas en un flujo aparentemente continuo.

(ABC ANIMATION)

Animación ABC

Método para filmar películas en color.

(CAMARALESS ANIMATION)

Animación sin Cámara

Conjunto de técnicas de animación mediante el cual el animador usa la propia película para pintar o dibujar directamente so - bre ella.

(CELL ANIMATION)

Animación Celular

Un tipo de animación en el cual el movimiento aparente se produce debajo de la cámara dibujando o pintando los objetos en posiciones sucesivas. Por lo general para cada lámina se expone un cuadro de película, provocando así en ella una apariencia de movimiento debida a la persistencia de la visión.

(PUPPET ANIMATION)

Animación Mediante Títeres

Un conjunto de técnicas de animación en el cual los objetos ante la cámara son tridimensionales, pese a que la reproducción de la cámara es normalmente bidimensional. Por esta razón la ilusión de realidad es rara vez superior a la alcanzada por la mejor animación celular. Los títeres generalmente producen un tipo de movimiento muy inferior al de la animación celular, a ésto contribuyen las sacudidas que son características en la animación mediante títeres.

(SCRATCH-OFF ANIMATION)

Animación de Raspadura

Un tipo de animación en el cual las líneas o áreas que tienen que aparecer en la pantalla son dibujadas enteramente, y progresivamente raspadas, mientras la cámara, funcionando en retroceso, opera a un cuadro por vez.

(SINGLE-FRAME ANIMATION)

Animación de Cuadro Simple

El tipo usual de animación en el cual sólo un cuadro de la película es expuesto por cada objeto o fase de un objeto ante la cámara.

(TABLE TOP ANIMATION)

Animación de "sobre mesa"

Un tipo de animación en el cual objetos pequeños son fotografiados de cerca y desplazados a un cuadro por vez para producir efectos de movimiento.

(ANIMATION CAMERA)

Cámara de Animación

La cámara usada para filmar animación. Generalmente se monta en un soporte de animación, de modo que mire hacia abajo, hacia los objetos por fotografiar. La cámara está construida en forma tal que la película puede adelantar un cuadro por vez.

(APERTURE, LENS)

Abertura del Lente

El orificio a través del cual la luz entra al lente. El diámetro de la apertura en relación con la longitud focal y la transmisión del lente determina su luminosidad efectiva.

(ARC LIGHT)

Luz de Arco

Luz fuerte producida por un arco eléctrico.

(DIRECTOR ASSISTANT)

Asistente del Director

Asistente del director de la película, En una unidad pequeña, su función principal es actuar como enlace con las autoridades y con los que proporcionan los servicios. En una unidad grande, es responsable de la presencia de los actores en el sitio indicado y a la hora precisa, así como de dar cumplimiento a las instrucciones del director.

(AUDIO-FREQUENCIES)

Audio Frecuencias

Las frecuencias de sonido que pueden ser escuchadas por el oido humano.

(BARN DOORS)

Portezuelas de Lámpara

Portezuelas montadas en una lámpara de estudio, las cuales pueden ser reguladas para bloquear la luz de un área en la que ésta no es necesaria.

(BASE, FILM)

Base de Película

Es un material transparente sobre el cual se aplica una emulsión fotográfica; no sirve para propósitos fotográficos, pero actúa como portador de la muy delgada capa de emulsión fotográfica.

(BEADED SCREEN)

Pantalla de Cuentas

Una pantalla cinematográfica de proyección, hecha con pequeñas cuentas de vidrio.

(BLOW-UP)

Ampliación

El proceso óptico de reproducción mediante el cual el cuadro de imagen pictórica registrada en una película de dimensión menor es transferida a una película de dimensión mayor.

(BOOM CAMERA)

Grúa para Cámara ("Jirafa")

Un soporte móvil para cámara, generalmente de gran tamaño, en el cual la cámara puede ser lanzada hacia afuera o por encima de lo que se va a fotografiar.

(BOOM MICROPHONE)

Grúa para Micrófono

Una simple grúa para colgar el micrófono cerca de los actores.

(CAMERA ANGLE)

Angulo de Cámara

El campo de vista de una cámara cuando es instalada para fotografiar. Los términos "alto" y "bajo indican la posición de la cámara en relación con el objeto a fotografiar.

(CAMERAMAN)

Camarógrafo

La persona que opera o contribuye a la operación de una cámara cinematográfica.

(FIRST CAMERAMAN)

Primer Camarógrafo

(Llamado a veces director de fotografía).

La persona responsable de los movimientos e instalaciones de la cámara y de la iluminación de la escena a fotografiar.

(CELL)

Lámina

Una pieza transparente de celuloide usada para animación celular, sobre la que se puede dibujar.

(CEMENT FILM)

Cemento para Película

Un líquido usado para disolver la base de la película con el fin de empalmar dos piezas.

(CHEMICAL FADE)

Desvanecimiento Químico

Un tipo de desvanecimiento por inmersión de la película en una sustancia química especial, en tal forma que la escena que ha sido fotografiada, desaparezca progresivamente.

(CLAPPER BOARD)

"Claqueta"

Un par de tablas unidas por bisagras que se cierran de golpe cuando se están rodando escenas para películas sonoras. Su golpe proporciona indicación para sincronizar la imagen con el sonido a la hora de compaginar.

(COMPOSITE NEGATIVE)

Negativo Compuesto

Negativo que se expone y "procesa" para producir sonido e imagen en la misma película.

(COMPOSITE PRINT)

Copia Compuesta

Copia positiva que contiene las imágnes. Tanto la banda de sonido como las imágenes fotografiadas.

(CONTINUITY CUTTING)

Corte de Continuidad

Estilo de corte que se caracteriza por su énfasis en mantener el continuo y aparentemente ininterrumpido fluir de una acción en una historia, como si esta acción la estuviera observando un espectador.

(CUT)

Corte

Transición instantánea que resulta del empalme de dos tomas simples.

("CUT!")

"Corte!"

La orden dada por el director de la película cuando se ha terminado la acción de una toma dada. Indica que las cámaras de imagen y de sonido deben detenerse.

(CUTTER)

Compaginador

La persona responsable del montaje de la materia prima de una película (las tomas individuales) en un todo coherente. El compaginador avanza gradualmente de la acumulación de la película a un corte preliminar de la misma y de éste a una compaginación definitiva. Los términos cortador y compaginador son sinónimos.

(DAILIES)

Diarias

Las copias entregadas diariamente de parte del laboratorio de tomas en negativo, obtenidas el día anterior.

(DEPTH OF FIELD)

Profundidad de Campo

La gama de distancias dentro de la cual el objeto que es fotografiado se halla en foco.

(DEVELOPER)

Revelador

Una solución que contiene un agente revelador, en la que se realiza el revelado de la película.

(DIRECT CURRENT - DC)

Corriente Continua (CC)

Una corriente eléctrica relativamente constante que fluye solamente en una dirección.

(DIRECTOR)

Director

La persona que controla la acción y el diálogo frente a la cámara, y que por consiguiente es responsable de la realización de las intenciones del productor mediante el guión de rodaje.

(DISSOLVE)

"Disolvencia"

Un efecto óptico que se produce entre dos tomas en la pantalla mediante el cual la segunda toma empieza a aparecer gradualmente, al mismo tiempo que la primera va desapareciendo.

(DOCUMENTARY)

Documental

Un tipo de película que se caracteriza por su manejo interpretativo de sujetos y trasfondos reales. Algunas veces el término se aplica tan ampliamente que abarca todas las películas que parecen más realistas que las cintas comerciales.

(DOLLY)

Carro

Un soporte para cámara liviano y compacto montado sobre ruedas, a menudo se usa para hacer tomas en las cuales la cámara se acerca o se aleja del objeto que se va a fotografiar y para mover la cámara de un sitio a otro dentro del estudio.

(DOUBLE-SYSTEM SOUND RECORDING)

Sistema Doble de Grabación de Sonido

Un método para grabar el sonido por medio del cual éste se graba en un material separado de aquél en que se graba la imagen.

(DUBBING)

Doblaje

1) Sincronización con el movimiento de los labios de un actor, de una voz que originalmente se grabó sin sincronizarla con la banda de imagen. La voz puede ser o no la del actor original y puede ir o no en el mismo lenguaje. El doblaje se emplea para grabar canciones o para preparar versiones de películas destinadas al extranjero.

2) Lo mismo que re-grabación.

(DUPE - DUPLICATE - NEGATIVE)

Negativo Duplicado

Es una película negativa que se produce copiándola de una positiva.

Nota:

El negativo duplicado se usa frecuentemente para producir copias de distribución en gran número (películas para cines, por ejemplo) con el fin de preservar el negativo original del deterioro o daños posibles.

(DUPE PRINT, COLOR)

Duplicado de Color

Una copia duplicada de color es un reverso de color, copiado de un original reversible de color y "procesado" para obtener una película positiva de color.

(EDGE NUMBERS)

Números de Margen

Una serie de números impresos a intervalos de un pie, a lo largo del borde de un número de tipos de negativos de reserva. El mismo número aparece en la copia de la película, de modo que pueden ser usados para emparejar esta película con el negativo para una edición final.

(EIGHT MM FILM)

Película de 8mm.

Película de medida inferior a la corriente, muy usada por los aficionados. Es de la mitad del tamaño de la película de 16mm.

(EMULSION)

Emulsión

La emulsión es una capa o cubierta sensitiva a la luz soportada por una base de nitrato de celuloide o acetato que juntos forman la película. Una emulsión fotográfica no es una emulsión verdadera, es una suspensión de un sólido sensitivo a la luz en un coloide, que para todos los fines prácticos es gelatina. El término emulsión se usa a menudo para designar la película misma ya que tiene por si solo cualidades fotográficas.

(EXPOSURE)

Exposición

Exposición es el proceso de someter una película fotográfica a una determinada intensidad de luz, en tal forma que pueda producir una imagen latente en la emulsión.

(EXPOSURE METER)

Exposímetro

Un instrumento que mide la intensidad de la luz e indica la exposición necesaria para una escena determinada.

(EXTERIORS)

Exteriores

Escenas al aire libre.

(FADE)

Desvanecimiento

Un efecto óptico que ocupa una sola toma, en el cual ésta gradualmente desaparece hacia la oscuridad o aparece proviniendo de ella.

(FILM, MOTION PICTURE)

Película Cinematográfica

Es una cinta delgada y flexible de material transparente que tiene perforaciones a lo largo de una o de las dos orillas y que es cubierta por una capa sensibilizada u otro cobertor capaz de producir imágenes fotográficas.

(FIRST GENERATION DUPE)

Duplicado de Primera Generación

Una copia reversible tomada de un original reversible, frecuentemente con el propósito de producir más copias, las cuales son conocidas como "duplicado de segunda generación". La calidad fotográfica decrece con cada generación.

(FOCUS)

Foco

La posición en la que debe situarse un objeto con el fin de que la imagen producida por un lente pueda ser precisa y bien definida.

(FRAME)

Cuadro o Fotograma

El cuadro individual en una tira de película.

(IN FRAME)

En Cuadro

Enmarcada de modo que las líneas del cuadro no son visibles en el área en que está la imagen.

(OUT OF FRAME)

Fuera de Cuadro

Enmarcada de modo que las líneas del cuadro se ven en el área de la imagen.

(GRIP)

Auxiliar

La persona que en el estudio se encarga de las cosas pequeñas y repara los accesorios, las trochas de cámaras y otros similares.

(HALATION)

Halo

Un halo alrededor de la verdadera imagen de un objeto brillantemente iluminado en una emulsión fotográfica. Es causado frecuentemente por el rebote de la luz de la superficie inferior de la base de la película y que nuevamente penetra en la emulsión produciendo así una imagen espúrea.

(HIGH HAT)

Un trípode muy pequeño de altura fija que se emplea cuando se desea instalar la cámara tan abajo como su soporte lo permita.

(HYPO)

Término popular para el Tiosulfato de Sodio ($Na_2 S_2 O_3 5H_2 O$), el agente fijador fotográfico más comúnmente usado.

(INFRARED)

Infrarrojo

La película infrarroja es principalmente usada por una penetración difusa o para producir efectos especiales.

(INTERIORS)

Interiores

Escenas filmadas puertas adentro.

(INTERLOCK SYSTEM)

Sistema para Entrelazar

El término entrelazar es aplicado algunas veces libremente a cualquier sistema por medio del cual la imagen y el sonido puedan proyectarse sincrónicamente.

(INTERMITTENT MOVEMENT)

Movimiento Intermitente

Un movimiento de "pare-y-siga" en la película, que en una cámara o en un proyector permite exponer o ver cada cuadro o imagen sin movimiento y luego reemplazarlo por el siguiente. En realidad este movimiento intermitente es tan rápido que su resultado da una impresión de movimiento continuo.

(KEY LIGHT)

Luz Clave

La luz principal usada para la iluminación de un sujeto.

(KILOWATT - KW)

Kilovatio

1.000 vatios.

(LABORATORY)

Laboratorio

El lugar donde se "procesa" la película.

(LATENT IMAGE)

Imagen Latente

Es la imagen invisible registrada en una emulsión fotográfica debido a la reacción producida en la emulsión por exposición a la luz. Esta imagen se vuelve visible después de que se revela en una solución química.

(LEADER)

Guía

Película blanca no impresionada que se emplea para enhebrados en máquinas reveladoras de acción continua, en proyectores cinematográficos, etc.

(LENS)

Lente

Un lente fotográfico consiste de una pieza o de una serie de piezas de material transparente, como el vidrio, limitado por dos superficies curvas (generalmente esféricas), o por una superficie curva y otra plana.

(LONG-FOCUS LENS)

Lente de Foco Largo

Da una magnificación mayor de la normal. Ver también lente de telefoto.

(SHORT-FOCUS LENS)

Lente de Foco Corto

Da una magnificación mucho menor de la normal y un campo de visión más amplio. Por eso se le llama también lente "granular".

(LIGHTING)

Iluminación

La iluminación de una escena frente a la cámara.

(BACK-LIGHTING)

Iluminación Posterior

La iluminación que se pone detrás del objeto que se está fotografiando, o hacia la cámara, teniendo a la fuente real de luz defendida para que no brille dentro del lente. La iluminación posterior aumenta el contraste de la iluminación hasta la extrema condición de silueta.

(CROSSLIGHTING)

Luz Cruzada

Iluminación que cae al costado del objeto que se está fotografiando.

(FRONTLIGHTING)

Iluminación Frontal

La iluminación principal de un objeto dirigida hacia éste desde atrás y a un costado de la cámara.

(HIGHLIGHTING)

Iluminación de Enfasis

Luz adicional aplicada a una área pequeña.

(TOPLIGHTING)

Iluminación Superior

Luz que se dirige desde arriba a un sujeto y que brilla sobre él.

(LIVE RECORDING)

Grabación Directa

Grabación del sonido real tal como existe. Se llama también grabación original.

(LOCATION)

Localización

Cualquier lugar, que no sea el estudio donde se filma una película.

(MAGAZINE, FILM)

"Magazine" de Película

Receptáculo de la película que forma parte de las cámaras y de los proyectores.

(MAGNETIC RECORDING)

Grabación Magnética

Grabación por variaciones de efectos magnéticos en un medio ferromagnético, generalmente una cinta recubierta o un alambre.

(TAPE MAGNETIC)

Cinta Magnética

Una cinta usada para grabación magnética.

(MASTER POSITIVE)

Positivo Maestro

Una película positiva con características fotográficas especiales que la hacen apropiada para actuar como maestra, de la cual se pueden obtener una serie de duplicados de negativos, con un mínimo de pérdida de calidad.

(PICTURE MASTER POSITIVE)

Positivo Maestro de Imagen

Duplicación de la película hecha generalmente con el propósito de producir un duplicado negativo de la imagen para hacer copias para distribución.

(SOUND MASTER POSITIVE)

Positivo Maestro de Sonido

Una copia de sonido impresa en película especial de reserva, comúnmente tomada de un negativo de sonido para distribución, con el fin de producir negativos duplicados de sonido para copia de distribución.

(MICROPHONE)

Micrófono

Un instrumento usado para convertir las ondas de sonido en corriente eléctrica.

(MIXING)

Mezcla

El proceso de combinación de varias bandas separadas de sonido, fundiéndolas en una sola banda.

(MONTAGE)

Montaje

Un tipo de corte usando numerosas esfumaturas que siguen una a otra para producir un efecto visual generalizado.

(MOVIOLA)

Una máquina visora de película que es portátil y funciona a motor, Se le emplea para compaginar.

(NEGATIVE, PICTURE)

Película Negativa

Cualquier película que, después de ser expuesta ante un objeto y de haber sido revelada subsiguientemente, produce una película negativa de imagen.

(NEGATIVE SOUND)

Negativo de Sonido

Cualquier película negativa que después de ser expuesta ante una imagen positiva de sonido y de haber sido subsiguientemente "procesada", produce en la película una banda negativa de sonido.

(NEGATIVE CUTTING - MATCHING)

Corte de Negativo - Empatar

El corte del negativo original de una película para emparejarlo con el positivo compaginando toma por toma y cuadro por cuadro.

(NITRATE BASE)

Base de Nitrato

Desde que George Eastman manufacturó por primera vez películas de 35mm. para Edison en 1891, la medida corriente de película ha sido suministrada empleando una base de nitrato, excepción hecha de propósitos especiales. El nitrato de celulosa es, sin embargo, una sustancia que se quema rápidamente y que, bajo diferentes condiciones, arde espontáneamente, explosiona o emana gran volumen de humos tóxicos. Hoy sesenta años después de su introducción y con millares de pies todavía en exitencia, la base de nitrato ha sido superada por una nueva base de triacetato, que tiene excelentes características de revestimiento y que, bajo condiciones usuales, no se incendiará hi hará explosión.

(OPTICAL DUPE)

Duplicado Optico

Un duplicado negativo copiado en un copiador óptico, que generalmente contiene efectos ópticos.

(OPTICAL EFFECTS)

Efectos Opticos

Modificaciones de la imagen fotográfica filmada en una cámara de cine de tipo normal, producida, en un copiador óptico: desvanecimiento, esfumatura, cortina y sobreimposición.

(ORIGINAL)

Original

Un término genérico de cine que se aplica ya sea a una escena filmada (sea visible, auditiva o ambas cosas) o a la primera grabación de esa escena, por cuanto los procesos fílmicos se denotan por modificaciones de secuencia o de grabación de una escena, el concepto de un original es de gran importancia para establecer niveles de comparación.

(OUTLINE)

Bosquejo

Un tratamiento preliminar de la idea de una película, en el cual el enfoque del tema apetecido por el productor es superficialmente esquematizado.

(PAN; PANNING)

Panorámica

La vuelta de una cámara en un plano horizontal con el fin de seguir un objeto que se mueve o para mostrar una extensión amplia de escenario.

(PHOTOFLOOD)

Fotolámpara

Un tipo de bombillo cuya brillantez puede ser elevada a un alto grado mediante la aplicación de voltaje excesivo, lo cual también acorta la vida de la lámpara.

(PLAYBACK)

Reproducción

Una expresión usada para denotar la reproducción inmediata de una grabación de sonido.

(POSITIVE - PRINT)

Copia Positiva

El término "positivo" es usado para designar cualquiera de lo siguiente:

a) la materia prima específicamente designada para imágenes positivas;

b) la imagen positiva;

c) la materia prima positiva que ha sido expuesta, pero que no ha sido "procesada";

d) la película con una imagen positiva que ha sido "procesada".

(PRESCORING)

Grabación de música u otro sonido anterior a la toma de la fotografía que la acompañará. Esta "pre-sonorización" técnica se usa casi siempre al hacer películas de dibujos animados.

(PRINTER)

Copiador

Un aparato para copiar películas.

(PRODUCER)

Productor

La persona que tiene la responsabilidad definitiva en la producción de una película.

(PRODUCTION)

Producción

El término general usado para describir el proceso de preparar todo el material original que es la base para una película terminada.

(PROJECTOR)

Proyector

Un aparato visor de película que refleja una imagen en una pantalla grande.

(PROPS)

Accesorios

Accesorios, utilería, cualquier objeto manejado o usado por un actor.

(PROTECTION PRINT)

Copia de Protección

Una copia (algunas veces en forma de una maestra positiva) que se hace de un original negativo o positivo y se mantiene en reserva, de modo que en caso de que se pierda o se dañe el original, puede usarse para producir nuevas copias.

(RAW STOCK)

Materia Prima

Materia prima es la película que no ha sido expuesta o "procesada".

(REDUCTION PRINT)

Copia de Reproducción

Una copia de 16mm. sacada de un negativo de 35mm.

(REFLECTOR)

Reflector

Una superficie reflectora, frecuentemente de color plateado, que se usa para reflejar la luz y dirigirla donde se necesita. Para escenas exteriores los reflectores son a menudo usados para dirigir la luz del sol hacia los actores o hacia una parte de la escena.

(RELEASE PRINT)

Copia de Circulación

Una copia compuesta hecha para la exhibición y distribución general.

(RERECORDING)

Regrabación

Es el proceso eléctrico para trasferir el sonido grabado de una o más películas o discos a otras películas o discos.

(REVERSAL FILM)

Película Reversible

Película reversible es aquella que después de haber sido "procesada" para producir en sí misma, una imagen positiva, en vez de la acostumbrada imagen negativa. Si la exposición se hace imprimiendo de un negativo, la imagen se produce directamente. Las películas reversibles pueden ser blanco y negro o a color, y pueden tener sonido o imagen o ambos. Generalmente son películas de 16mm.

(REVERSAL ORIGINAL)

Original Reversible

La película que es expuesta originalmente en una cámara o en un grabador (de sonido) y es "procesada" por reversión para producir una imagen positiva. Esta imagen positiva no es igual que la copia tomada de un negativo, desde que tanto a la derecha, como a la izquierda está reversa. Un original reversible puede ser película de blanco y negro o de color.

(REVERSAL FILM)

Copia Reversible

Una copia que es hecha en película reversible y revelada mediante el proceso de reversión. Una copia reversible es generalmente un positivo.

(ROUGH CUT)

Corte Preliminar

Primera versión de las fotografías de la película, en la que escenas y tomas se colocan en secuencia correcta.

(RUSHES)

"Rápidas"

Copias ejecutadas en forma rápida en el laboratorio, generalmente el día siguiente de haber sido expuesto el negativo. Se conocen también con el nombre de diarias.

(SAFETY BASE)

Base de Seguridad

Una base para película que bajo las condiciones usuales no se quemará ni hará explosión.

Nota: Actualmente base de seguridad y base de acetato son sinónimos; las películas de 16mm. manufacturadas en Estados Unidos tienen esta base. Toda base de seguridad debe cumplir con las Prácticas Americanas Recomendadas para Seguridad de Películas Cinematográficas.

(SCENARIO)

Guión

Un bosquejo o manuscrito de una película, que describe la acción en la forma en que ésta se va a desarrollar; escenas, caracteres y sonido que se usará.

(SCENE)

Escena

Una división o unidad de una película, en la que la acción se desarrolla en un lugar determinado. Una escena se forma con una o con varias tomas.

(NEGATIVE SCRATCH)

Raspadura en Negativo

Es el tipo más grave de raspadura porque daña el negativo o material original. Es frecuentemente localisable en una copia debido a que en el punto donde se produce la imagen aparece más clara que en ninguna otra parte de la película.

(POSITIVE SCRATCH)

Raspadura en Positivo

Un tipo de raspadura que generalmente es de importancia secundaria. A menudo puede ser identificada porque es negra por haber recogido partículas de suciedad durante la proyección y el rebobinado.

(SCREEN)

Pantalla

La imagen fotográfica proyectada que se forma en una pantalla blanca, la cual puede tener una superificie mate, avidriada o metálica.

(SCRIPT)

Guión

Plan escrito para hacer cualquier película. En sus primeras etapas el guión a menudo se conoce como tratamiento, mientras que el guión final se distingue como guión de rodaje. Al guión también se le conoce como "scenario".

(SEPARATION NEGATIVES)

Negativos de Separación

Un juego de negativos fotográficos que generalmente representan los tres colores primarios que forman la etapa intermedia de una serie de procesos de reproducción de color, por cuanto su uso combinado resulta en las copias finales de distribución.

(SEQUENCE)

Secuencia

Una sección de una película que es por si misma más o menos completa. En el arte de escribir una toma puede compararse con una frase; una escena con un párrafo; una secuencia con un capítulo.

(SET)

Escenario

Una instalación artificialmente construida que hace de fondo para una toma o para una serie de tomas.

(SHOOTING SCRIPT)

Guión de Rodaje

Un guión final de trabajo de una película en el que se detallan las tomas una a una, en relación con el diálogo correspondiente u otros sonidos pertinentes. Generalmente indica el lugar donde se van a efectuar las tomas y el horario para la filmación.

(SHOT)

Toma

La división de una película en sus unidades básicas de fotografía.

(CLOSE-SHOT - CLOSE-UP)

Toma de Cerca

Una toma hecha con la cámara de cerca, o aparentemente cerca del sujeto, la cual a menudo es la cara de una persona llenando todo el cuadro.

(DOLLY SHOT)

Toma de Carro

Una toma en que la cámara se mueve de un lugar a otro montada en un soporte especial, como un carro o una grúa.

(ESTABLISHING SHOT)

Toma de Establecimiento

Tomas a larga distancia, generalmente exteriores, que establecen la localización de una escena.

(HIGH SHOT)

Toma de Altura

Una toma desde altura que mira hacia abajo al sujeto.

(INSERT SHOT)

Toma de Inserción

Una toma de algún objeto que es editada en una secuencia para ayudar a explicar la acción.

(LONG SHOT)

Toma de Lejos

Una toma donde el objeto de interés principal está o parece estar lejos de la cámara.

(LOW SHOT)

Toma de Abajo

Una toma que mira hacia el sujeto, a menudo desde el nivel del suelo.

(MEDIUM CLOSE SHOT)

Toma de Media Aproximación

Una toma de distancia intermedia entre la distancia de la toma de cerca y la de la toma intermedia.

(MEDIUM LONG SHOT)

Toma de Medio Alejamiento

Una toma hecha en un punto situado entre el de la toma intermedia y el de la toma de lejos.

(MEDIUM SHOT)

Toma de Media Distancia

Una toma que muestra una persona en su integridad o que expone una escena vista a una distancia normal de visión.

(MOVING SHOT)

Toma de Movimiento

Una toma desde un objeto que se nueve normalmente, como un aeroplano o un automóvil.

(PAN SHOT)

Toma Panorámica

Una toma en que la cámara se desplaza a lo largo de la escena.

(REACTION SHOT)

Toma de Reacción

Una toma insertada en una secuencia de diálogo para mostrar el efecto de las palabras de un actor sobre otros participantes de la escena, lo cual se hace generalmente, en toma de corta distancia. En un sentido más amplio, se considera toma de reacción a cualquier toma que exponga la reacción de cualquier cosa.

(TWO SHOT)

Toma de Par

Una toma de dos sujetos, por regla general, cerca de la cámara. El término "toma triple" tiene su correspondiente significado.

(ZOOM SHOT)

Toma de "Zoomar"

Una toma hecha con un lente "Zoomar", que da el efecto de acercarse o de alejarse de un objeto.

(SINGLE-SYSTEM SOUND RECORDING)

Sistema Simple de Grabación de Sonido

Un método de grabación de sonido en que se graba el sonido originalmente en la misma banda de la imagen.

(SIXTEEN MM. FILM)

Película de 16mm.

La medida principal de película no comercial.

(SLATE BOARD)

"Claqueta"

Un tablero que se pone frente a la cámara al principio o al final de cada toma o de cada escena, para identificar tal escena o toma y para dar el nombre a la película, el del director y el del camarógrafo.

(SLOW MOTION)

Cámara Lenta

Movimiento de la película en la cámara a una velocidad mayor que la corriente, lo cual resulta en la apariencia de una acción más lenta que la normal al ser proyectada la película a la velocidad corriente.

(SOUND CAMERA)

Cámara de Sonido

Cámara diseñada para tomas con sonido (por ejemplo imagen y su sonido correspondiente) y por tanto silenciada para no producir ruidos.

(SOUND EFFECTS)

Efectos Sonoros

Todos los sonidos que no sean voces sincronizadas, relato y música, que pueden grabarse en la banda de sonido de la película. Anterior al regrabado, estos efectos generalmente ocupan una banda de sonido separadas, llamadas bandas de efectos sonoros.

(SOUND SPEED)

Velocidad del Sonido

Indice "standard" de repetición de cuadro y de velocidad de película, índice que se usa para filmar y reproducir películas con sonido. En películas de 35mm y de 16mm, el índice de repetición de cuadro es de 24; la velocidad de la película es de 90 y 36 pies por segundo respectivamente. Para película de 8mm con sonido no se ha adoptado ningún índice standard de repetición ni de velocidad de la película.

(SOUND STAGES)

Cabinas de Sonido

Cabinas usadas para el rodaje del sonido, y por tanto silenciadas y con aire acondicionado para aislarlas acústicamente de los ruidos que las rodean.

(SOUND TRACK)

Banda de Sonido

Una banda angosta emplazada a lo largo de un costado de una película sonora; esta banda porta la grabación de sonido. A veces se emplean varias de estas bandas.

(SPECIAL EFFECTS)

Efectos Especiales

Término que designa efectos que se consiguen artificialmente. En Efectos Especiales se incluye la pantalla fraccionada y otras formas de enmascarillar, modelos, y combinación de escenas en primer plano y trasfondo.

(EMULSION SPEED)

Velocidad de la Emulsión

Sensibilidad a la luz de una emulsión fotográfica.

(LENS SPEED)

Velocidad del Lente

El índice de recepción de luz de un lente se mide generalmente por su número f, el que sin embargo, se basa en consideraciones puramente geométricas, y no toma en cuenta la luz que absorbe, reflejada o inútilmente dispersa al pasar al través del lente.

(SPLICE; SPLICING)

Empalme; Empalmar

El juntar dos pedazos de película, por sus extremos en forma tal que constituyan una pieza continua de película, se llama empalmar, y la juntura así producida se llama empalme.

(SPLICER)

Empalmadora

Una máquina para efectuar más o menos automáticamente las operaciones que se necesitan para empalmar dos trozos de película.

(SPROCKET)

Rueda Dentada - Engranaje

Una rueda con dientes interespaciados regularmente que encajan en las perforaciones de la película y la impelen a través de las diversas fases, mientras se mantienen en adecuada sincronización y, si es del caso, en apropiado registro.

(STOCK SHOT)

Tomas de Reserva

Tomas que se mantienen en existencia para uso general, Sirven para registrar acontecimientos históricos, lugares famosos, etc.

(STOP)

Parada

Una apertura fija dispuesta para limitar la cantidad de luz que atraviesa la lente.

(STORY BOARD)

Tablero de Secuencias

En la preparación de películas animadas y algunas veces, en otros tipos de película, a menudo es conveniente bosquejar los incidentes claves de la acción, que se colocan en orden en un tablero llamado "tablero de secuencias" y se rotulan apropiadamente.

(SYNCHRONISM)

Sincronismo

Sincronismo es la relación entre las películas de imagen y de sonido, sea en referencia a la ubicación física de la película o películas, o al tiempo en que se ven y oyen el sonido y la imagen que son correspondientes entre sí.

Nota: El término sincronismo se abrevia, casi universalmente, así: "Sinc".

(IN SYNC)

En Sinc

Se dice que las bandas de imagen y de sonido están en sinc cuando se ha establecido sincronía.

(OUT OF SYNC)

Fuera de Sinc

Se dice que las bandas de imagen y de sonido están fuera de sinc cuando no se ha establecido sincronía.

(TAKE)

Toma

Se llama toma a cada actuación de una parte de la acción frente a la cámara, que es registrada por ésta en película. Las tomas subsiguientes generalmente se enumeran partiendo del número uno, y esta numeración se registra fotografiando una claqueta numerada.

(TELEFOTO LENS)

Lente de Telefoto

Lente que se usa para acercar relativamente los objetos que están lejos.

(THIRTY-FIVE MM. FILM)

Película de 35mm.

La medida standard o ancho de una película cinematográfica.

(TITLE)

Título

Se llama título a cualquier material escrito que aparece en una película y que no es parte de una escena original.

(CREDIT TITLE)

Línea de Reconocimiento

Los títulos que en una película enumeran a los actores y a los técnicos que la han hecho.

(CREEPER OR ROLLING TITLE)

Reparto

Un título que a menudo contiene los nombres de los que forman el reparto de la película; se mueve despaciosamente, dando la vuelta en un cilindro que no se ve frente a la cámara. Algunas veces se le llama título de arrollar.

(END TITLE)

Título Final

Los títulos que marcan la conclusión de la película.

(MAIN TITLES)

Títulos Principales

Todos los títulos que se ponen al principio de una película, que como regla incluyen la línea de reconocimiento. El término a veces se refiere solamente a la tarjeta que porta los títulos del nombre de la película.

(SCRIPT TITLES)

Rótulos

Títulos sobreimpuestos colocados en la parte inferior del cuadro, usados generalmente, para traducir los diálogos de un lenguaje extranjero al del público.

(SUBTITLES)

Subtítulos

Los títulos que aparecen en la parte principal de la película, para hacer un comentario, una explicación o para resumir, o para presentar el diálogo o comentario en una película muda, o más comúnmente para traducir el diálogo al idioma del público.

(SUPERIMPOSED TITLE)

Título de Sobreimposición

Cualquier título sobreimpuesto a una toma real, y no a un trasfondo artificial.

(TREATMENT)

Tratamiento

La preparación más o menos detallada de una historia o idea en forma cinematográfica, historia que no se ha vertido aún a un guión escrito en términos de técnica cinematográfica.

(TRIPOD)

Trípode

Un tipo simple de soporte de tres patas para cámara, usado a menudo en el campo.

(TRUCKING)

Acarreo

Cuando se mueve la cámara en un vehículo con rudas; lo mismo que grúa.

(TURRET, LENS)

Torreta de Lentes

Disco giratorio instalado en la parte frontal de una cámara, que sirve para portar tres o más lentes en una manera que puedan ser rotados y puestos en posición directamente ante la apertura fotográfica.

(UNEXPOSED)

Película Virgen

La película que no ha sufrido una exposición se llama virgen.

(VARIABLE-AREA RECORDING)

Grabación de Area Variable

Grabación por medio de un grabador de sonido óptico diseñado para producir una banda de área variable.

(VARIABLE DENSITY RECORDING)

Grabación de Densidad Variable

Grabación por medio de un grabador de sonido óptico diseñado para producir una banda de densidad variable.

(VIEWER)

Visor

Un simple aparato visor que permite ver la película con la intermitencia propia, sin la complicación de la proyección.

(VIEWFINDER)

Busca Vistas

Un aparato óptico que forma parte de la cámara, o que se adjunta a ella, que da una imagen (generalmente magnificada), similar a aquella formada en los lentes por la película.

("WILD")

"Suelto"

Cualquier sonido que no se ha grabado sincrónicamente con la imagen se llama "grabación suelta". Los efectos de sonido y las voces tomadas al azar, generalmente se graban sueltos; también se graban así algunas veces la narración y la música. Se llama también "no sinc".

(WIPE)

Cortina o Borrón

Un efecto óptico entre dos tomas que se suceden en la pantalla, por medio del cual la segunda toma aparece y va borrando la primera, a lo largo de una línea visible que puede moverse de arriba hacia abajo o de un costado a otro, o en una sola de las direcciones dentro de un número grande de modelos.

(WORKPRINT)

Copia de Trabajo o Copión

Una copia de trabajo es una copia positiva que generalmente consiste de copias de imagen interensambladas. La copia de trabajo se usa para compaginar y combinar las fotos de las varias escenas fotográficas de una película en la forma deseada.

(ZOOM; ZOOMING)

El movimiento rápido, real o aparente, de la cámara hacia los objetos se conoce como "Zooming".

(ZOOM LENS)

Lente "Zoomar"

Lente de magnificación variable que permite realizar simplemente efectos de "Zooming" sin desplazar la cámara a su objeto.

FECHA DE VENCIMIENTO

V 5/70			

FORMA 4-A

35867 TIP. GUERRA

BRADT, H. SCHUYLER, Jr.

Televisión para programas de información

FECHA	PRESTADO A
oct/3/80	[illegible]

8770

Bradt, Schuyler

Televisión para programas de información.