

LECTURA Y PRODUCCION DE MENSAJES (II)

ANALISIS Y PRODUCCION DE MENSAJES TELEVISIVOS



**Marco Polo Torres
Daniel Prieto Castillo
Lilian Wertheim
Hebe Irene Roig**

LECTURA Y PRODUCCION DE MENSAJES (II)

**ANALISIS Y PRODUCCION
DE MENSAJES TELEVISIVOS**

**Marco Polo Torres
Daniel Prieto Castillo
Lilian Wertheim
Hebe Irene Roig**

REIMPRESION

EDITORIAL QUIPUS

Quito - Ecuador

1990

**CENTRO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES DE
COMUNICACION PARA AMERICA LATINA**

INDICE

PRELIMINAR	5
1. PROPUESTA DE ANALISIS PARA LA PRODUCCION TELEVISIVA <i>Por Marco Polo Torres</i>	7
INTRODUCCION	9
MARCO TEORICO	11
PANORAMA REFERENCIAL	13
LA PRODUCCION	17
FICHA DE ANALISIS	18
GUIA No. 1 PARA ANALISIS DE PRODUCCION TELEVISIVA	35
I DATOS QUE HAY QUE OBTENER	36
II EVALUACION	37

III	ANALISIS DE LO PERCIBIDO	37
IV	EL PUBLICO	38

	GUIA No. 2 PARA ANALIZAR ASPECTOS DE LA PRODUCCION	39
--	---	-----------

2. EXPERIENCIAS DE PERCEPCION TELEVISIVA

Coordinadas por: Daniel Prieto Castillo

Lilian Wertheim

Hebe Irene Roig

51

EXPERIENCIA No. 1	53
EXPERIENCIA No. 2	61
EXPERIENCIA No. 3	72

PRELIMINAR

Del 29 de abril al 4 de mayo se realizó en Quito el seminario “Comunicación para niños”, en el que confluyeron los esfuerzos de CIESPAL, OEA, Radio Nederland y la Fundación Ebert.

El evento, en la sede de CIESPAL, contó con la participación de alrededor de 40 especialistas de distintos países americanos. Se produjo un intenso intercambio de experiencias y de concepto que quedó manifestado tanto a través de materiales escritos, radiales y televisivos, como por el diálogo vivido en trabajo grupal y sesiones plenas.

Una de las preocupaciones centrales fue el análisis y la producción de mensajes radiales y televisivos. El presente número de la colección Materiales de Trabajo incluye distintos documentos presentados al seminario:

“Propuesta de análisis para la producción televisiva”, de Marco

Polo Torres, y distintos modos de percibir el programa "El Chavo del Ocho", a partir de experiencias conducidas por Lilian Wertheim, Hebe Roig y Daniel Prieto Castillo.

Los documentos intentan abrir espacios a la reflexión sobre el mensaje televisivo para niños, a la vez que ofrecer técnicas útiles a los productores.

1 : PROPUESTA DE ANALISIS PARA LA PRODUCCION TELEVISIVA

Marco Polo Torres

INTRODUCCION

El presente trabajo es un intento de sistematizar un tipo de análisis poco utilizado en la comunicación, el “análisis de la producción”.

En el campo del análisis de contenido se ha progresado enormemente y al contrario, en el análisis de la forma —de lo que llamaremos PRODUCCION— se ha trabajado muy poco.

Y la verdad es que en cualquier medio, lo formal cuenta mucho. Es innegable la influencia del medio con sus características y limitaciones.

Esta propuesta fue trabajada para validarla y utilizarla en el Seminario “COMUNICACION PARA NIÑOS” realizado en Quito del 29 de abril al 4 de mayo. Fue una clara decisión la de dar lugar al análisis de la producción y por ello fue preciso diseñar una metodología con carácter experimental. Justamente la carencia de un instrumento de análisis de la producción demuestra la necesidad del mismo.

La propuesta incluye un amplio número de elementos con el fin de poder posteriormente determinar las partes que se van a utilizar. Pero también se ha querido incluir en él los diferentes géneros y formatos que intervienen actualmente en el panorama del medio televisivo que trabaja para el público infantil.

El proceso que se ha utilizado es el siguiente:

Primero un marco teórico que define el objetivo y las características del análisis. Luego una explicación de los términos que intervienen en el proceso de producción con la intención de tener referentes comunes. Y finalmente dos guías, la primera más general que ofrece los parámetros que se desea medir y las informaciones que interesaría conocer, y un cuestionario para utilizar directamente en las piezas que interese analizar.

- Sería muy importante que la presente guía y cuestionario sean perfeccionados con los aportes de los productores, quienes al utilizarlos corrijan sus fallas.

Enriquecidas con esos aportes las guías constituirán un instrumento útil al comunicador en el medio televisivo, para mirar muy de cerca sus pasadas producciones y enfrentar las por venir.

MARCO TEORICO

Antecedentes:

Generalmente cuando se habla de análisis se piensa en contenidos. Esto es comprensible en el medio impreso, en el cual el proceso de producción no juega un papel discriminante. Pero cuando se habla del medio televisivo o del video, el aspecto producción es un factor decisivo en la elaboración del mensaje.

Cuando tratamos de investigar sobre la formación de los hábitos y los gustos por los programas de televisión nos encontramos con varias circunstancias: por un lado la gran facilidad de cambio de fuente o canal que ofrece la T.V., que nos habla de la amplia accesibilidad de ofertas, y por otro, el papel preponderante que la vista tiene en esta selección, en la que a su vez intervienen los prejuicios creados por la promoción y la fama. ¿Qué consideraciones mueven a un televidente a quedarse en un canal, en lugar de otro? Es una pregunta difícil de contestar. Para intentar una respuesta entendemos que debemos partir de lo visual: la calidad de la producción; esto es, el aspecto estético e impactante del programa percibido en los breves segundos, que dura la dubitación, el formato del mismo, y todos los diversos componentes de la realización, a los que en adelante llamaremos sim-

plemente **producción**.

A veces los comunicadores y analistas han entendido que ese aspecto es una fase más bien mecánica y que compete exclusivamente a los realizadores (obreros de la imagen). Esto no es cierto. Hay una terrible falta de dimensionamiento de la influencia que ejerce —e incluso el condicionamiento que impone— la riqueza o pobreza de producción en el mensaje final. La producción es la etapa en la que el medio utiliza la riqueza de su lenguaje, lo que depende en cierta proporción de los instrumentos. Por esto creo que es muy importante aplicar un análisis sistemático a la producción con el fin de contar con más puntos de referencia para una evaluación final de su influencia comunicacional. Entendemos que esta búsqueda será igualmente interesante para los productores y programadores, pues permitirá verificar tangiblemente el papel que juega la calidad de producción en la preferencia de programas.

Muy relacionado con el tema que investigamos está el de la televisión educativa, instructiva o cultural. Todos conocemos que mantiene desde hace mucho tiempo una dura y larga pelea frente a la televisión comercial y las preferencias de sus públicos por ésta. A veces encontramos que se minimiza el problema hablando de una pelea desigual o en desventaja. Debemos aclarar definitivamente si es real o no la existencia de esta desventaja. Si la hay deberíamos poder puntualizar dónde está y qué papel juega en ello la parte de producción. Si no la hay debemos encontrar la verdadera causa de esta preferencia.

Planteaba anteriormente que buscamos con esta investigación el determinar los elementos que hacen que un programa sea pobre o atractivo visual y auditivamente y la influencia que estos aspectos tienen en los gustos del público. Los investigadores SCHRAMM, LYLE y PARKER en su libro **Television in the Lives of our Children** ofrecen pistas muy interesantes. Veamos una: "Mientras más puede el niño complacer sus propios gustos cambiando de uno a otro canal, menos probabilidad hay de que el niño mire programas que desde un punto de vista educativo son más valiosos y pueden abrirle más sus horizontes"

Revisemos otra cita del mismo libro, referida a la selección de programas en base a la múltiple oferta y la influencia de ofertas pobres, como pistas complementarias de la investigación (Pág. 95). Himmelweit: "La evidencia sugiere que la variedad de programas ofrecidos al mismo tiempo no eleva la calidad del gusto del público". Ithiel Pool: "la presencia de programas pobres en medio de tal variedad, no necesariamente rebaja o degrada el buen gusto del televidente. Mas si la producción es sólo de programas de mala calidad entonces el público cae sí en el desarrollo de un hábito de mal gusto. Así pues, la presencia de programas pobres en medio de una gran variedad no hará daño, pues no será seleccionado por quienes les pueda hacer daño". (Pág. 96).

Valiosas reflexiones que nos ayudan a referirnos a la importancia de la producción en la selección de programas, factor que debe ser tenido en cuenta tanto como los contenidos de los programas.

Hay muchos otros antecedentes que justificarían la tarea de un análisis de los aspectos de producción. Creo que los ya expuestos son suficientes para pasar a la formulación de los parámetros con los que se van a analizar las fases de lo que hemos quedado en denominar producción es decir, todo el proceso de realización que se inicia en el diseño y planificación y concluye en la distribución del programa.

PANORAMA REFERENCIAL

Antes de sintetizar el proceso de producción es importante clarificar los términos que se van a utilizar y las medidas a aplicar.

Primera puntualización. Quién es el público

El destinatario en este caso es el niño. Pero no es fácil decidir con justicia qué edades están comprendidas en este rango. En un extremo tenemos a los niños de dos años, edad en la que empiezan a ser cautivados por la televisión. En el otro extremo están los muchachos de 14, en la que presentan un marcado cambio de intereses y gustos e incluso un firme alejamiento del medio. En efecto, encontramos que el promedio de horas que mira un niño de tres años es de 7-8 horas a la semana (50 minutos por día). En este grupo está el 400/o de los niños de su edad. La frecuencia de mirar T.V. se incrementa a los 11 años cuando el niño alcanza un total de 23 horas a la semana (tres horas veinte minutos por día, promedio). Quienes lo hacen son el 95-960/o de la población en esta edad. La dedicación vuelve a bajar a los 14 años con un promedio de 17 horas semanales (2 horas, 40 minutos/día) y envuelve a un 860/o de la población. A esta edad el gusto por los programas clasificados como infantiles cambia radicalmente quedándose ligados a éstos solamente en los de tipo musical.

Este sería el niño receptor de los programas infantiles. Será otra tarea muy necesaria por supuesto, el distinguir y singularizar las diversas etapas infantiles y el espectro de gustos por grupos característicos.

Segunda puntualización: cuáles son los programas infantiles

¿Qué consideramos programas infantiles?. Una puntualización más difícil de hacer pero necesaria. Por un lado tendríamos los criterios de los programadores de los canales, quienes incluyen en sus "horarios para niños" programas que supuestamente corresponden a producciones hechas para niños. Por otro lado tendríamos la medida en el gusto de los niños. Encontramos que el panorama de gustos infantiles es muy amplio y se aventura bastante por los programas clasificados típicamente como de adultos. Por esto hay que distinguir que el tema puede tratarse de doble enfoque: lo QUE DEBEN VER LOS NIÑOS, y lo que ellos VEN y GUSTAN. Esto último es lo que este momento nos interesa conocer.

Con fines prácticos observemos lo siguiente hay dos extremos que claramente se distinguen entre los programas infantiles y los programas de adultos. En el medio de esta continuidad están aquellos programas que gustan tanto a los niños como a los adultos.

1. Empecemos por separar aquellos que son claramente clasificados de adultos por el interés que tienen para ellos y por el desinterés que tienen para con los niños; éstos serían. Dramas Serios. Informativos. Análisis de asuntos público-políticos.

2. Por el otro lado los que son indiscutiblemente mirados por los niños: caricaturas o dibujos animados. Shows de títeres o marionetas (pupets).

3. El mundo intermedio de programas donde se mezclan los gustos: Oestes infantiles (no románticos). Oestes adultos. Crimen y misterio. Aventuras de ciencia ficción. Aventuras policiacas (más complicadas y con elementos románticos) y Musicales.

Esta clasificación está apoyada en datos que sobre este mismo tema los investigadores antes citados verificaron. Veamos un ejemplo: de un millón cuatrocientos mil niños encuestados apenas 500.000 se mantuvieron mirando **sólo programas infantiles** (según la programación de los canales) mientras que 850.000 niños vieron programas de adultos (crímenes) y 1'400.000 vieron Oestes adultos. Es pues innegable el hecho de que hay márgenes poco precisos de los programas de tipo infantil. Pero contrariamente sí hay características específicas que indican los gustos de los niños o temas infantiles.

Programas infantiles típicos

Deduciendo de los gustos de la población infantil encuestada por los investigadores Schramm, Lyle y Parker, y confrontando éstos con sus contrapartes de Inglaterra, Oppenhem y Vince, se puede formar una lista de los programas infantiles típicos de la siguiente manera:

1. Variedades infantiles: Dibujos animados, aventuras, leyendas,

historias de la naturaleza, historias varias, juegos. Todo ésto en un programa conducido por UN ANIMADOR. Es en realidad una revista infantil. Este tipo de programas es el que permanece por mayor tiempo en las preferencias infantiles, pues gusta de los 3 a los 14 años.

2. Aventuras: con títeres, marionetas, mupets, actuadas por niños, o con animales. Son los programas que siguen en preferencia. Se caracterizan por su trama sencilla y por un desarrollo con bastante acción y con toques de humor.

3. Dibujos animados: programas que apelan incluso a públicos adultos. Presentan los mismos contenidos de los programas anteriores, pero son realizados en dibujos, los cuales permiten liberar la fantasía en forma muy amplia e irrestricta.

4. Aventuras de tipo más complejo: episodios de suspenso (crimen-robo) apelan a niños de más edad (8-10 años).

5. Comedias: situaciones humorísticas desarrolladas con adultos o con niños. Su gusto se localiza a los 8 años.

6. Musicales: empiezan a llamar la atención a los niños de 12 años y son los que marcan la separación con las anteriores preferencias. Con estos programas se inicia su apertura a los gustos adultos. Los programas musicales son de todo tipo: shows netamente musicales o dramas con canciones.

Los programas que presentan relatos o dramas sencillos y que se mantienen fuera del tema romántico y exaltan más bien el amor y cariño hacia los animales, y la naturaleza también se mantienen en el gusto de tipo infantil.

El tipo de programa donde se mezclan las preferencias infantiles con los de los adultos, son los crímenes, las comedias, las situaciones cómicas y los shows musicales. A estos les denominaríamos como programas de la etapa de transición del niño a la adolescencia. Vale

destacar que son **“más infantiles”** los programas de animales y de títeres, pues atraen hasta los 9 años. Sin embargo éstos, a partir de los 8 años, pierden terreno entre usuarios, dejando a sus principales admiradores entre los 5 a los 8 años.

Sintetizando, podríamos decir que son programas típicos infantiles los siguientes: dibujos animados - revistas infantiles - aventuras de corte sencillo donde entran animales y aventuras del espacio o fantasías.

LA PRODUCCION

Podemos ahora sí referirnos a todo lo concerniente con la producción. En primer lugar señalaremos sus aspectos o etapas:

1. **Marco más amplio:** Uno de los objetivos del análisis de la Producción es el de confrontar su FACTIBILIDAD. Otro de los objetivos es el de detectar los VALORES ESTETICOS que hacen valioso un programa. Con el análisis de la producción intentaremos conocer las condiciones que llevan un programa a resultados exitosos.

2. **Marco mediato:** En la propuesta de análisis de producción distinguiremos tres etapas distintas en el proceso: **La preproducción:** que comprenderá: planificación, diseño, investigación y organización. **La producción** que será la ejecución de lo planificado llegando hasta la grabación de los segmentos o unidades menores y finalmente **La post-producción** que será la etapa de montaje final hasta su terminación.

La etapa de distribución la consideramos dentro de la etapa de **pre-producción** por su relación con el diseño y planificación.

3. **Proceso:** Para llegar a un análisis bastante completo de toda la producción y a la presentación de sus resultados procederemos con la siguiente metodología:

a. **Recopilación de datos:** El observador no puede deducir ni inferir todo el aparato de producción que permitió esa realización. Es pues necesario tomar antecedentes del mismo para poder cuantificar, comparar y evaluar los resultados.

b. **Observación:** Comprenderá la exhibición del programa cuantas veces se requiera para poder detectar los aspectos que intervienen en él. Si es preciso deberá observarse incluso en cámara lenta para captar los detalles y los pasos de producción que la atención a la acción o a la trama pueden ocultar. Esta observación será crítica, especializada y en lo posible sistemática con el fin de tomar variables confirmadas y no primeras impresiones. La posesión del guión ayudará a simplificar esta observación, por cuanto en éste estarían marcados aspectos a observar.

c. **Reacción:** Esta etapa supone una doble actitud: la inversión al momento de la primera observación ingenua y la reconstrucción crítica. Las dos irán conformando la doctrina del televidente frente a la proposición (el programa).

d. **Teorización:** Será el momento de oponer las reacciones críticas frente a los criterios de producción basados en aspectos técnicos, ideológicos, o de otro tipo, y llegar a las conclusiones.

FICHA DE ANALISIS

1. Esquema de la ficha

I. Los datos que hay que obtener:

Se refieren a:

- Tiempo de producción
- Costos de producción
- Equipo de utilización en la producción.

II. Evaluación cualitativa:

- Personal en general
- Equipo que se ha utilizado
- Gastos que se ocasionaron por la producción
- Tiempo que se empleó en toda la actividad.

III. Análisis de lo percibido:

- Calidad de realización en sus diferentes aspectos sensibles
- Las actuaciones de los diferentes sectores que intervinieron en la producción
- El guión, su estructura y construcción inicial frente al programa hecho
- El diseño frente a la utilización y resultados finales.

2. Explicación:

Este esquema, como se puede observar, comprende tres partes o pasos. La primera, de recopilación a base de colección de datos o de observación. La segunda, se refiere a la cualificación de los diversos elementos que intervienen en la producción desde el punto de vista de su actuación. Mirando desde una perspectiva dinámica son también tres momentos; el primero es una visión estática de: disponibilidad económica, disponibilidad física, y disponibilidad de entrega a plazos (muy dependientes de las dos anteriores). El segundo momento analiza también estáticamente la calidad de los elementos que intervienen, y el tercero analiza dinámicamente la interacción de todos los elementos o su utilización eficiente. En todos ellos es necesario hacer comparaciones con producciones tipo para formar parámetros

de juicio.

3. Definición de términos:

1. Datos que hay que obtener:

Estos pueden ser adquiridos antes o después de la exhibición. Si los mismos son totales, la observación se centrará en el aspecto evaluativo, de otra manera se orientará al aspecto informativo. Hay sin duda una cuota inducible de la observación, pero hay otra que debería ser obtenida por diferentes fuentes.

A. Datos sobre tiempos de producción

A.1. Planificación: Horas hombre empleadas para decidir el proyecto. Se contabilizará el gasto de tiempo que corre desde el origen de la idea: las sesiones de trabajo con los diversos consultores y ejecutivos, la investigación que se haga cuando ésta sea necesaria, etc. Hasta llegar a la organización del staff de producción y tomar las decisiones finales tales como: la selección del personal que interviene, las pruebas que deben pasar, los contratos de estudios, equipo (compra e instalación cuando esto sucede, etc.). La determinación del método de evaluación y los mecanismos de control de calidad que se utilizarán.

A.2. Ejecución

A.2.1. Escritura de guiones: Tiempo dedicado al trabajo de libretaje en sus diversas fases, incluyendo la investigación complementaria que requiera, transcripciones y trabajo de adaptación técnica hasta que esté el guión listo para el rodaje. Se contemplan dentro del libretaje las fases internas de: plan de grabación, planos de tomas, planos de piso, de iluminación, de sonorización. Inspección de locaciones y todo otro material escrito que intervenga en la producción.

A.2.2. Grabación: Tiempo dedicado a la tarea de registrar las imágenes en los soportes magnéticos, sean en estudios interiores o en locaciones exteriores. Es conocido también como el roda-

je o filmación, aunque esto se aplica a la cinematografía. Cuando es en interiores se toma en cuenta la preparación del estudio, escenografía e iluminación cuando es en exteriores la movilización, preparación, grabación y retorno.

A.2.3. Edición y montaje: Corresponde a esta actividad, el trabajo de ordenar las tomas, seleccionarlás, empalmarlas, imponer transiciones, efectos especiales tanto en audio (sonorización o doblaje) como en video. Luego de este proceso se llega a la grabación final, apta y lista para ser exhibida con todas las características que le corresponden: créditos, subtítulos, sonido e imágenes sincronizadas y tiempos definidos.

A.2.4. Aireo-distribución: Es la distribución de la película o programa y se considera también el tiempo de movilización hasta la llegada a los usuarios. Si no se incluye en la promoción debe incluirse aquí la actividad de información, de publicidad, de colocación y venta.

A.2.5. Comparaciones: En este numeral se trata de resumir los tiempos parciales y los globales de este proceso y de situar los resultados en formas porcentuales, de modo que se pueda apreciar comparativamente los totales parciales en medio del gran total.

También se busca establecer comparaciones con otras producciones de características similares, con el fin de encontrar comportamientos o criterios comunes.

B. Análisis de los diversos costos que intervienen en la producción

Esta es una recopilación de información y una comparación de presupuestos asignados a la realización de las diversas etapas y de los diversos elementos que participan.

B.1. Costo del personal administrativo: En toda producción hay cierta cantidad de personal estrictamente administrativo que

interviene: secretarías, administradores, gerentes, relacionadores, promotores, equipo de limpieza, apoyo, aprovisionamiento, etc. No siempre este personal administrativo es propio de cada programa sino que se lo comparte con otras producciones u organizaciones. Se deberá sacar el costo proporcional de acuerdo a la cantidad de tiempo empleado en la producción que interesa.

B.2. Costos del personal creativo: Se refiere al personal que interviene en la creación del programa o de la obra. Normalmente este personal es el equipo de escritores que plasma la obra en los libretos. También se incluyen aquí a los promotores o publicistas que crean las formas de persuasión y a todos los que desarrollan actividades creativas; diseños, invenciones, etc., relacionados con el programa.

B.3. Costos del personal técnico: Este costo considerado ordinariamente junto con el de actores, es el mayor pues es el equipo humano más amplio y más caro. Intervendrán en diversas categorías:

B.3.a. Directores: todos aquellos que tienen decisiones que tomar, desde el Director General responsable de toda la conducción de la realización hasta los Directores de las diversas áreas que intervienen en la producción: artístico, escénico, de cámaras, de luces, de piso, coreográfico, de efectos especiales, etc.

B.3.b. Asistentes: de producción, de dirección, y de piso y asesores en materias especiales, cuando éstas no son del dominio de los directores o escritores.

B.3.c. Operadores de equipos:

1. De video, equipos de registro y grabación, procesadores, etc.
2. De cámaras y asistentes.
3. De sonido y auxiliares.
4. De accesorios: efectos Boom, teleprompter, etc.
5. De telecine y proyecciones.
6. De luces y electricidad.

B.3.d. Equipo artístico: dibujantes, ilustradores, pintores.

B.3.e. Equipo de apoyo: en toda la tarea decorativa y auxiliar: carpinteros, tramoyistas, utileros, etc.

B.4. Costos de insumos que se utilicen: Comprende todos los materiales que se gastan en la producción: agua, electricidad, pintura, papel, materiales de oficina, vestuario, armazones, estructuras soportantes, cinta magnética de audio y video, maquillaje, etc.

B.5. Costo de los equipos: Este gasto se considerará en base al modo de producción, por ejemplo: si es producción con equipos rentados o si son coproducciones (en las que uno de los productores pone equipos y personal). En cada caso será su costo diferente.

B.4. Costos de insumos que se utilicen: Comprende todos los materiales que se gastan en la producción: agua, electricidad, pintura, papel, materiales de oficina, vestuario, armazones, estructuras soportantes, cinta magnética de audio y video, maquillaje, etc.

B.5. Costo de los equipos: Este gasto se considerará en base al modo de producción, por ejemplo: si es producción con equipos rentados o si son coproducciones (en las que uno de los productores pone equipos y personal). En cada caso será su costo diferente.

B.5.a. Equipos de iluminación: comprende las luminarias, sistema eléctrico, sistemas de control, conectores, filtros, dimers, difusores, pantallas y accesorios.

B.5.b. Equipos de captación: cámaras y sus accesorios (lentes, bases, conectores).

B.5.c. Equipos de grabación y registro (incluye procesadores).

B.5.d. Equipos de enrutamiento y composición: swit-

cheras, generadores de caracteres, efectos especiales y distribución.

B.5.e. Equipos de edición y post-producción (grabadoras, reproductoras).

B.5.f. Equipos varios y auxiliares: dollys, grúas, artefactos con movimiento, auxiliares y otros que cada producción haga necesario.

B.5.g. Equipos de audio en toda su complejidad: micrófonos, grabadoras, reproductoras, sistemas de amplificación, procesamiento y ecualización, efectos, parlantes, tocadiscos, tocasassetes, sistemas inalámbricos.

B.6. Estudio costos de renta o utilización: En este rubro, se considera la utilización del espacio equipado para el desarrollo de ensayos, grabaciones y producción. También el alquiler de locaciones adaptaciones de estos lugares (acometidas eléctricas, insonorización, etc.) El tamaño y facilidades que el estudio ofrezca es un factor decisivo para la producción y para el balance final de los costos. Las locaciones son muy positivas pero son muy costosas.

B.7. Costos de la postproducción: Área de edición y montaje: Normalmente, cuando se trabaja con equipos rentados, los equipos de edición y montaje tienen costos adicionales de acuerdo a la complejidad de los mismos y a las facilidades que ofrezcan. En este numeral se consignarán los costos relacionados con la revisión de tomas, la edición, efectos especiales (congelados, cámara lenta, y efectos de switchera que se añadan), montaje de sonidos, doblaje de voces, incorporación de narración, etc.

B.8. Costo de copias para distribución: Con el fin de tener una imagen real de los costos, y en relación a su rentabilidad, es necesario incorporar el costo de las copias que se distribuyan y el número de las mismas. Estos variarán de acuerdo a los derechos y al formato en el que se hacen circular (videotape de 1 ó 2 pulgadas, o sistema U Mattic, o acaso Betamax o VHS). Se incluirá costos de envío y re-

torno.

B.9. Costo de la publicidad: Si se trata de una serie para ser comercializada hay que incluir los costos de promoción y publicidad en los diversos medios que se use, así como los resúmenes cortos y pilotos que se envíen para ser exhibidos en plan promocional.

B.10. Comparaciones: Es necesario proceder a una comparación de costos del programa analizado frente a otros programas similares, para determinar la eficiencia en el uso de los recursos económicos. La comparación podrá hacerse a nivel de cada rubro y de totales.

B.11. Cuantificaciones: Los costos de la producción deben ser relacionados con varios elementos para determinar su accesibilidad futura. Habrá que conocer el "costo minuto", (que se obtiene al dividir el monto total para la duración del programa). Se calcularán también con estos fines comparativos los "costos persona". Y, finalmente, mucho ayudará el conocer el "costo televidente" relacionado con el número de personas que miraron o mirarán el programa.

B.12. Frente a los costos totales es conveniente analizar los precios que se imponen a la circulación, renta o venta de los programas. Aquí nos interesa conocer el mercado real en base al cual se planificó la producción y permitió su realización.

II. Evaluación cualitativa:

Conocidos los elementos tanto materiales como humanos y la disponibilidad económica del programa, interesa luego evaluar su calidad. En una tercera parte se evaluará la utilización de estos recursos.

A.1. El personal-cualificaciones

a. Procedencia: Interesa conocer el origen del personal que interviene. Con estos datos determinamos la verdadera infraestructura comunicacional que dispone el medio. Normalmente uno de los problemas más difíciles de solucionar es la falta de personal adecuado para la producción de programas. El equipo dependerá mucho

de las capacidades económicas. Casi todos los países disponen de un equipo adecuado, pero no del personal capacitado en todas las áreas de la producción. En cuanto a su procedencia servirá conocer su pasado artístico, pues se comprenderá la causa y presencia de vicios o tendencias. Por ejemplo cuando los actores en su mayoría provienen del cine, o de la radio, o del teatro, su formación y tendencia se verán reflejados tanto en la actuación como en los libretos, dirección montaje, y aún en la escenografía.

b. Nivel de preparación: Se refiere a la formación sistemática del personal. Así se distinguirá al empírico y al formado académica o profesionalmente. El nivel de personal indicará los posibles resultados y reflejará la situación del país o región donde se elaboran los programas. El personal es factor determinante en la producción y conviene conocer sus recursos y limitaciones antes de emprender la producción de programas.

c. Nivel de experiencia: Una buena formación sin experiencia promete un futuro de errores por corregir. Y una experiencia sin formación promete buenos resultados, pero dentro de las áreas en las que ha adquirido la experiencia. Habrá casos en los que, debido a nuevas tecnologías, será necesario incluir exclusivo personal con experiencia, como por ejemplo en la edición por computadora o uso de computadoras en la graficación y efectos especiales.

d. Edades: Aunque es un pequeño detalle, se manifiesta de modo importante en la producción. La televisión ha evolucionado mucho en cuanto a la tecnología y sus recursos se han ampliado rápidamente en los últimos años. Los que participan son elementos claves e imprimen su saber en la obra. Su edad, su conocimiento y técnica se verán reflejados en los montajes, ritmos, en las formas de resolver situaciones difíciles en la eficiencia en el uso de equipos. Esto a su vez no deja de influir en los presupuestos y costos finales. El conocimiento de las edades, especialmente de los que actúan y de los que toman decisiones será importante.

e. Facilidades de trabajo: Esta evaluación se complementa

tará con la evaluación del equipo físico y estará muy relacionada con ella. Las limitaciones tecnológicas van a influir en los resultados, así como la disponibilidad de recursos y la comodidad para utilizarlos.

B. Cualificaciones del equipo

Es importante conocer la calidad del equipo que se va a utilizar o se utilizó. Vale recordar la gran evolución que la televisión ha sufrido en cuanto a equipo, calidad, manejabilidad, costos y resultados. Lo que pretendemos conocer es si los equipos son adecuados a las necesidades y, por lo mismo, efectivos, y si guardan relación con los objetivos que se pretendieron.

1. Características:

Será importante conocer las características de cada equipo, sus recursos y sus limitaciones. Luego evaluaremos su funcionamiento y la utilidad que han prestado en relación con los costos. De esa triangulación se deducirá su adecuación y podremos decir que: fue suficiente, o excesivo o que fue un equipo muy simple, limitado o sofisticado y amplio; que resultó inadecuado, caro o muy rentable y que permitió una producción a nivel profesional, amateur o semiprofesional.

Esta evaluación sería mejor hacerla cotejando la observación de los resultados con los guiones o libretos, para ver si los equipos permitieron realizar lo que se había ideado o si no lo permitieron.

C. Cualificaciones en cuanto a los costos

No sólo a nivel de equipos, sino en general, al mirar los recursos y compararlos con los resultados, se puede emitir varios juicios sobre su administración. Esta constatación permitirá apreciar si los costos fueron: normales o promedios o altos o excepcionalmente bajos. En definitiva nos daremos cuenta de si hubo una buena utilización o desperdicio de recursos.

Es muy importante conocer estas evaluaciones en cuanto a personal, costos, recursos y resultados, para llegar a una conciencia clara de los costos de producción. Será muy valioso discutir estos aspectos con productores de programas educativos o con instituciones que promueven estas producciones. Cuando se trata de algo NO comercial se tiende a trabajar con standards menores y se espera conseguir resultados superiores que le permitan salir a competir comercialmente. Pero no podemos olvidar que el televidente no juzga las intenciones, sino los resultados y a él no le preocupa quién lo hizo, ni cómo lo hizo, sino mirar un buen programa y disfrutar de él. Generalmente se suele utilizar la excusa de —“fíjense con que recursos hemos hecho”— lo cual es muy valioso a nivel personal, pero que no cuenta cuando se habla de competir.

D. Cualificaciones en cuanto a los tiempos

El tiempo es un factor que incidirá en los costos por lo que este factor puede evaluarse cronológicamente antes del numeral anterior. Sin embargo lo que interesa es ponderarlo y medir su utilización, pues igualmente nos ayudará a comprender la administración del tiempo en función igualmente de los resultados. La utilización del tiempo será: adecuada, o promedio, larga o corta, lo que a su vez nos indicará si ha habido una buena o mala planificación y una buena o mala ejecución.

III. Análisis de lo percibido:

En esta etapa se prestará atención especial a los resultados de la audición. Pueden darse varias instancias, la espontánea o primera y las sucesivas o sistemáticas en las que se observarán áreas concretas con prevención y atención explícita.

A. Calidad general:

1. Calidad física:

Es la más importante, pues es la portadora del mensaje. La visibilidad y la audibilidad. Si los sentidos no reciben las sensaciones

claras y distintas difícilmente podrán comprometer a la emoción, racionalidad y sentimientos. Por lo mismo la evaluación se iniciará a este nivel.

2. Calidad de elementos complementarios:

En forma general buscamos aquí verificar el modo en que se desarrolla, visual y auditivamente, es decir: un programa sin tropezones, baches, rayones, saltos de imagen, subidas y bajas bruscas de sonido, etc.

B. Desempeño de las direcciones de producción:

B.1. Dirección técnica o general:

Entendemos aquí la labor del Director General o responsable de la coordinación total de las otras direcciones. El es quien ha tenido la última decisión en los diferentes aspectos. Para valorar su desempeño es preciso mirar el trabajo de los otros niveles, y luego dar la evaluación conjunta.

B.2. Dirección de cámaras:

En televisión el camarógrafo está enlazado directamente con el director de cámaras, quien es el que determina el enfoque, encuadre y movimientos de cámara. Muchas veces este director es sólo el ejecutor de lo que el libreto ha pautado y otras es él quien ha marcado los movimientos de cámara en el libreto en relación con la acción. Todos los movimientos de cámara van a ser de su responsabilidad y podremos juzgar desde los elementos visuales más obvios: el enfoque, encuadre, estabilidad y movimientos; hasta los elementos de lenguaje más complejos, tales como disolvencias, superimposiciones, efectos especiales, utilización de los recursos ópticos (zoom) y mecánicos como dollies, grúas, etc.

B.3. Dirección artística:

Comprende lo referente a la actuación y realización del personal artístico. También se la conoce como dirección dramática cuando tiene que ver específicamente con las obras o programas de corte dramático. Pero en los otros formatos, es el director artístico

el responsable de la actuación de todos los que aparecen ante cámaras. La apariencia, movimientos, elegancia, adecuación de personajes, etc. está a su cargo. La caracterización física de los personajes dependerá de otra dirección y que en algunos casos puede ser asumida por él.

B.4. Dirección escénica:

Bajo su responsabilidad está todo lo que vemos como escenario o ambientación donde actúan los personajes. Comprende todo lo que es la escenografía: es decir los grandes fondos o ambientes interiores o exteriores, con pantallas de retroproyección o sistemas electrónicos de Chroma Key. Comprende la utilería; o todos aquellos elementos móviles que componen el ambiente: mesas, sillas, muebles, cuadros, etc. Y la tramoya o acción de cambio de escenarios y adecuación de los mismos, logro de efectos escénicos, trucajes o simulaciones atmosféricas especiales que se requieran. En algunos casos asume el vestuario, coreografía y maquillaje.

B.5. Dirección coreográfica:

En cierto tipo de programas encontramos activa participación de grupos de coros, o fondos humanos en danza o actuación. El director de estos grupos es el responsable y trabaja conjuntamente con el director escénico y artístico cuando no están asumidos por la misma persona.

B.6. Dirección de vestuario:

Algunos tipos de programas harán necesario que sea una persona la responsable del vestuario. En dramas, y especialmente en los de carácter histórico, esta función es muy importante y requiere mucha investigación y reconstrucción. Cuando no es una función muy sobresaliente la asume el director artístico o el director escénico por estar relacionadas entre sí. La función del vestido como caracterización en dramas o como tónica del programa en shows y espectáculos es muy importante.

B.7. Dirección de iluminación:

La utilización de la luz en sus dos funciones, visual y crea-

tiva, es la responsabilidad de esta dirección. La televisión utiliza diferentes standards de cantidad de luz de acuerdo al equipo que se usa para registro y grabación y que sirve para hacer visibles las imágenes. Pero más allá de la visibilidad la luz es parte del lenguaje de la televisión y por lo mismo su uso creativo para resaltar aspectos, crear situaciones, es sumamente importante. Una mala iluminación puede romper todo el encanto de la ficción o de la actuación de un supuesto lugar.

Mientras mejor lograda esté una iluminación más difícil de observarla y de hacerla consciente.

B.8. Dirección de piso:

Aunque no es una dirección tan autónoma como las demás, por estar ligada al director de cámaras, el director de piso es el que coordina en el momento final de grabación, los movimientos que se realizan, las entradas y salidas de actores, la sincronización de los segmentos, la evaluación en el tiempo, la intervención de las coreografías, luces, etc. Aunque es muy difícil apreciar en una realización la actuación de esta dirección, es importante conocerla. Esta se hace notoria únicamente cuando se observan fallas. Nótese que estas fallas normalmente se corregirán en la edición final o montaje.

B.9. Dirección de edición o posproducción:

Con cierta limitación a los procedimientos cinematográficos, muchas veces se deja el montaje final o ensamble de segmentos y corrección de fallas a una persona especial. Normalmente suele hacer este trabajo el director general o el mismo director de cámaras. Si hay la sujeción a un libreto su labor será menos creativa, pero en cierto tipo de programas su función es más amplia y se aplica a la selección de imágenes en la graficación de audios, en la utilización de recursos visuales o efectos especiales para enriquecer contenidos. Su labor también incluye la sonorización, la ambientación visual y el ritmo del programa. Cuando se rueda en exteriores, su trabajo debe estar plenamente coordinado con el director de cámaras y camarógrafo para hacer posible la edición. Un buen trabajo de montaje se hace imperceptible al público, pero uno malo, que pierde ritmo y es muy obvio, deja ver la actuación de este director.

C. El Guión

Este no puede ser juzgado en la observación, pero la posesión del mismo ayuda a analizar aspectos de producción muy relacionados con los otros numerales. Con él se puede evaluar el rodaje, las tomas y movimientos, personajes, las locaciones y también a tener referencias de los tiempos y de los costos. Pero sobre todo interesará evaluar las diversas unidades de escenas, secuencias y partes que se maneja-ron, así como la valorización de tomas.

C.1. Inicio conclusión - Enlace con otros capítulos:

De ellos va a depender mucho la permanencia y gancho del público. Nos interesa conocer los elementos de lenguaje que se pensó utilizar para desarrollar ese gusto por el programa y comparar con el tratamiento visual que se le haya dado.

C.2. Trama y los personajes:

Desde el punto de vista de producción, serán evaluados estos en cuanto se relacionan con la adecuada selección del actor y de los personajes. Un número excesivo hará confusa la acción. Un número muy escaso que obligó a doblar hará muy obvia la limitación (a no ser que se la maneje muy especialmente). La trama impuesta dará el ritmo y la agilidad del programa y ésta debe estar ya conseguida en el libreto.

C.3. Guión técnico:

Es importante distinguir la parte del contenido y organización del libreto literario de la del librero técnico en que se visualiza la acción y se la adecúa al medio. Generalmente hay pocos guionistas propios de la televisión y es más común que exista un guión literario pensado en televisión, pero no escrito técnicamente. La labor del director general y de los diversos directores será principalmente juzgada frente al guión. Lo que el guión pide debe ser ejecutado por ellos. En este sentido podremos juzgar si la obra fue o no bien realizada o mal realizada definitivamente. Sólo el guión contendrá lo que el programa debía ser. No pocas veces la realización llega a superar lo que el guión era y esto es claramente positivo. Así pues será muy importante seguir la transformación desde el guión literario a guión técnico

y luego a realización, para ver si el equipo lo mejoró o lo estropeó. Debe mantenerse, si es posible, la visión del guión como telón de fondo para comparar las actuaciones de los diversos directores, aunque sin olvidar la observación del programa final.

D. El diseño

Muy importante es confrontar el producto final con los planes de producción del diseño original. El proceso puede haberle transformado en mejor o peor. Inicialmente el comunicador piensa en el programa y en una determinada audiencia que lo mira y en función de ésta utiliza sus recursos, sus personajes y sus formatos. Es pues muy importante verificar si el productor hizo un buen diseño, si conoce a su público, si conoce el medio y si logró mantenerse en lo que planificó.

En el diseño es muy fundamental puntualizar el público destinatario principal y si es posible los secundarios; la forma de exhibición, la hora y un día ideal; la frecuencia y, en muchos casos, los elementos circundantes, tales como el tipo de publicidad (a veces los contenidos que critican un producto se contradicen con la publicidad que lo patrocina) y otras características más.

IV. El Público

Considero que es muy importante volver la atención al público, pues es muy fácil olvidarlo en estos análisis que, mientras más complejos y completos son, más tienen el peligro de extrapolarse y desarrollarse en niveles de entes de razón que no representan realidades. **Y la única e importante realidad es el público. El es quien va a decirnos si le gustó o no, si encontró valores o antivalores, si los percibió o no y si estos actuaron o no en su vida.** Es, pues, preciso hacer una lectura final del público para ver en cuánto lo afectó o no el programa, pues muchos de los elementos pudieron estar allí formulados y explícitos o implícitos, pero resultaron no percibidos, o acaso se produjo el efecto bumerang volviéndose contra sí mismo.

Considero que es valiosa esta reflexión sobre el público, pues en niveles de percepción no podemos olvidar la subjetividad que hace que el mismo se disperse en una gama casi infinita de mensajes, que ni siquiera fueron soñados por los diseñadores. Otras veces sucede que aunque éstos fueron explícitos nunca llegaron a impactar por las características del público, su formación, sus edades, sus prejuicios, etc. No podemos olvidar la ingente literatura y muestreos que sobre los efectos de la televisión y su impacto se han hecho.

A continuación se ofrece una guía general sobre los temas de análisis y luego un cuestionario más detallado en forma de preguntas para una utilización más directa.

GUIA No. 1 PARA ANALISIS DE PRODUCCION TELEVISIVA

A. PROCESO:

- I. PRESENTACION IMPACTO:
 - 1. Datos
 - 2. Observación
- II. REACCION:
 - Evaluación crítica
- III. TEORIZACION:
 - Conclusiones

B. PANORAMAS:

- 1. FACTIBILIDAD
- 2. LO ESTETICO

I. DATOS QUE HAY QUE OBTENER

A. **TIEMPO:** Tiempo dedicado a las diferentes fases del proceso de producción.

A.1. Planificación

A.2. Ejecución

A.2.1. Escritura de guiones

A.2.2. Grabación

A.2.3. Edición

A.2.4. Distribución-Aireo

A.2.5. Comparación con otras producciones.

B. **ANALISIS DE DIVERSOS COSTOS:**

B.1. Administración. Personal

B.2. Créativo

B.3. Técnico

B.3.A. Directores

B.3.B. Asistentes

B.3.C. Operadores de Equipos

B.3.D. Equipo artístico

B.3.E. Equipo de Apoyo

B.4. Insumos

B.5. Equipos: renta y adquisición

B.6. Estudio

B.7. Montaje. Edición. Efectos especiales

B.8. Copias

B.9. Publicidad

B.10. Comparaciones con otros programas similares

B.11. Cuantificaciones: costos minuto final

costo persona involucrada
costo calculado televidente
B.12. Precio de exhibición en los países. No. de copias.

II. EVALUACION

A. PERSONAL: a. Procedencia
b. Grado de preparación
c. Nivel de preparación
d. Edades
e. Facilidades de trabajo

B. EQUIPO: Características: excesivo, suficiente, acertado, simple, sofisticado, corto de recursos, caro, barato, standard, profesional, semiprofesional, amateur.

C. COSTOS: Promedio, excesivos, bajos, desperdiciados, bien utilizados, adecuados, comerciales, educativos.

D. TIEMPO: medio, corto, largo, bien planificado, mal planificado.

III. ANALISIS DE LO PERCIBIDO

A. CALIDAD GENERAL: De audio y video
de montaje y edición

B. DESEMPEÑO DE LAS DIFERENTES DIRECCIONES:

B.1. Dirección técnica

- B.2. Dirección de cámaras
- B.3. Dirección artística
- B.4. Dirección escénica: utilería-escenografía-tramoya
- B.5. Dirección coreográfica
- B.6. Dirección de vestuario
- B.7. Dirección de iluminación
- B.8. Dirección de piso
- B.9. Dirección de montaje: edición-efectos-postproducción

C. GUION:

- C.1. Inicio-conclusión-enlace con otros capítulos
- C.2. Trama y personajes
- C.3. Guión técnico

D. EL DISEÑO: Público audiencia

Características de la exhibición

IV. EL PUBLICO:

- 1. Reacciones
- 2. Comentarios
- 3. Críticas
- 4. Grupo de testeo: a. Procedimiento
b. resultados

GUIA No. 2 PARA ANALIZAR ASPECTOS DE PRODUCCION

CUESTIONARIO

NOTA INTRODUCTORIA: El presente cuestionario trata de ser bastante amplio y detallado con el fin de poder seleccionar los aspectos que interese aplicar a determinado programa. En su redacción se han mezclado fórmulas de pregunta y puntos de referencia, que deben ser formulados de acuerdo a la amplitud que se quiera manejar. Se lo ha dividido en varios capítulos para poder hacer más fácil la selección de áreas de interés.

01. DATOS GENERALES:

- 01.1. Nombre de la Serie:.....
- 01.2. No. de Capítulos:
- 01.3. El capítulo analizado es: Piloto..... Inicial.....
Qué lugar ocupa.
- 01.4. Son sueltos o Progresivos.
- 01.5. Producido en: País ... Ciudad ... Productora. ... Año...

- Qué idioma Doblado Dónde Compañía
- 01.6. Tema del que trata la serie:
- 01.7. Tema del capítulo
- 01.8. Título del capítulo Duración
- 01.9. Subtemas que trata:
- 01.10. Género en que se desarrolla:
- 01.11. Formato al que pertenece:

02. DISEÑO:

- 02.1. Programa de orientación: Educativa Cultural
Comercial
- 02.2. Tiene elementos: Informativos % Educativos %
Entretenimiento %
- 02.3. Se basa en: Realidad Es ficción pura
Ficción con bases reales Adaptación de obras
literarias
- 02.4. Cuáles son sus objetivos y si los cumple o no
- 02.5. Cuál es su destinatario: Etnia Continente
País Región Edades Clase o posición social
Nivel de Educación Habitante rural
Urbano Sexo Horario
- 02.6. Los contenidos son adaptados a estos públicos:
- 02.7. Cuál es el nivel de codificación:
- 02.8. Cuál es el nivel de participación del televidente
- 02.9. Ha tenido alguna prueba o test de ajuste del diseño antes del
aireo-Resultados:

03. ESTRUCTURACION:

- 03.1. Se percibe un plan de ordenamiento. Cuál:
- 03.2. Temas que trata:
- 03.3. Secuencias y unidades visuales:
- 03.4. Progresión y continuidad, cómo está organizada:
- 03.5. Cuál es la acción principal o situación dramática central: ..
.....
- 03.6. Acciones secundarias:
- 03.7. Personaje principal; Comentario:
- 03.8. Personajes secundarios; Comentario:
- 03.9. No. total de personajes; Comentario: ..
.....

04. COMENTARIOS GENERALES SOBRE LA REALIZACIÓN:

- 04.1. Cuál es la calidad de la realización general. Gusta, disgusta .
.....
- 04.2. Cuál es la calidad del sonido:
- 04.3. Cuál es la calidad de la imagen:
- 04.4. Cuál es la calidad del montaje y edición:

05. UTILIZACION DEL MEDIO:

- 05.1. DIRECCION DE LAS CAMARAS
 - 05.1.1. Se percibe la presencia de las cámaras o no:
 - 05.1.2. En qué forma se percibe y cuándo:
 - 05.1.3. Su presencia es: correcta Adecuada
Intrusiva Obstrusiva
 - 05.1.4. Cuál es la presencia de los cortes: cambios de cámara
disolvencias, superimposiciones. Imperceptible.
intrusiva ... obstrusiva ... adecuada ... artística ..

con ritmo.

05.1.5. Cuál es la presencia y uso de los movimientos de la cámara: del uso de los recursos ópticos (zoom-efectos especiales), de los recursos mecánicos (elevación grúa, etc.)

05.1.6. El encuadre y composición de imagen en la cámara: es bien logrado, es artístico, es improvisado, es pragmático, es funcional.

05.1.7. El uso de la cámara y exteriores: es secuencial, es coherente, coordinado, brusco, notorio, distractivo.

05.1.8. Los aspectos técnicos básicos: color, calidad, definición, enfoque, calibración, estabilidad.

05.1.9. Los recursos visuales del medio son: adecuados, tienen su propia razón de ser, no son suficientemente motivados, interfieren con la acción, interfieren con los objetivos del programa, son incoherentes, o adecuados, impiden la comprensión (paneos, tilts, disolvencias, superimposiciones, desenfokes, zooms, planos, etc.)

05.2. DIRECCION DE SONIDO

05.2.1. Es audible y comprensible el programa: sonido, voces, efectos, niveles.

05.2.2. La utilización de la música: abundante, adecuada, escasa.

05.2.3. Cumple funciones determinables o es arbitraria. Es adecuada al tema.

05.2.4. Cómo está realizado el montaje sonoro; planos y variaciones: disolvencias, superimposiciones, transiciones, efectos electrónicos (procesamiento, reverberación, etc.)

05.2.5. La utilización de sonidos y efectos: abundante, escasa, adecuada. Justificada. Cumple funciones o es arbitraria.

05.2.6. Utiliza bien los recursos auditivos del medio audiovisual. Hay predominancia del audio, del video o hay simbiosis de los dos y equilibrio.

- 05.2.7. Las imágenes visuales que despierta son adecuadas, bien logradas o ambiguas y difusas (uso de melodías con muchas connotaciones, etc.)
- 05.2.8. Tiene música propia o usa composiciones ajenas.
- 05.3. DIRECCION ARTISTICA
 - 05.3.1. En general es correcta, incorrecta. Buena o mala. Adecuada o inadecuada.
 - 05.3.2. Hay armonía entre los elementos visuales y sonoros. Entre personajes y vestuario, escenografía, luces, color, y todos los otros elementos.
 - 05.3.3. Es de buen gusto o bizarra, extraña, nueva o tradicional.
 - 05.3.4. Responde a una representación de la realidad o la deforma, la interpreta, (surrealista, subjetivista, etc.) o la reforma.
- 05.4. DIRECCION DE LOS ACTORES
 - 05.4.1. Están bien escogidos los actores en relación a los personajes que representan.
 - 05.4.2. La actuación está bien dirigida o no. Hay coordinación, fluidez en la acción. Los personajes son reales o artificiosos.
 - 05.4.3. Han logrado llegar a una buena interpretación o ésta es ficticia, forzada, con diálogos irreales, monólogos, titubeos que denotan poca preparación y ensayo.
 - 05.4.4. Están bien caracterizados e identificados los personajes o se confunden y se pierden, se diluyen y mezclan.
 - 05.4.5. Han estudiado bien sus textos. Valorizan bien sus palabras. Enfatizan correctamente. Hablan bien, hay buena pronunciación, dicción, sonoridad e inteligibilidad.
- 05.5. DIRECCION ESCENICA
 - 05.5.1. ESCENOGRAFIA
 - a. Está bien realizada o es defectuosa. Notoria, ficti-

- cia.
- b. Es coherente con los personajes, con los objetivos, con la argumentación.
- c. A qué tipo pertenece: es realista, objetivista, subjetivista, surrealista, etc.
- d. Ayuda a la fuerza dramática y expresiva de los personajes y de la acción.

05.5.2. UTILERIA

- a. Está bien realizada o no. Defectuosa, notoria, ficticia.
- b. Es adecuada a la época, a la situación, al ambiente.
- c. Es justificada y cumple funciones, o es simplemente espontánea o intrusa.

05.5.3. TRAMOYA

- a. Ayuda al desarrollo de la acción o es intrusiva y quita la ilusión que se trata de crear.
- b. Es imponente, adecuada, llama la atención o pasa desapercibida.
- c. Usa recursos sofisticados o simples y accesibles.

05.6. DIRECCION DE ILUMINACION

- 05.6.1. Es correcta desde el punto de vista técnico de TV.
- 05.6.2. Permite captar imágenes claras y definidas o es inadecuada.
- 05.6.3. Se utiliza la luz sólo como requisito de visibilidad del medio o hay tratamientos expresivos y creativos.
- 05.6.4. Refuerza la ambientación escénica. Descubre defectos.
- 05.6.5. Está utilizada en sentido realista o en forma subjetivista, objetivista, o de alguna tendencia específica.
- 05.6.6. Favorece a los actores y ha sido estudiada en sus detalles o hay incoherencias notorias.

05.7. DIRECCION DE MONTAJE

- 05.7.1. Es correcta: sin saltos de imagen, de espacio, de

tiempo, coherente y secuencial.

- 05.7.2. Mantiene un ritmo natural definido. Es un ritmo forzado, con fines especiales, o no tiene ritmo.
- 05.7.3. Mantiene coherencia en el uso del tiempo, en sus unidades, transcurso, o confunde al espectador.
- 05.7.4. Mantiene coherencia en el desarrollo de movimientos en el espacio o es confusa, desintegrada.
- 05.7.5. Cómo ha logrado la continuidad en las ideas, en los temas, los personajes, la acción. Sigue una secuencia lógica o sigue alguna forma especial de expresión que justifique formas diferentes de empalmar.
- 05.7.6. Responde la edición a fines expresivos o ha sido utilizada para tapar fallas o enmendar defectos de producción.
- 05.7.7. Las secciones paralelas mantienen coherencia e hilación o quedan sueltas algunas.
- 05.7.8. El equilibrio sonoro está bien logrado.
- 05.7.9. Los subtítulos o letreros son legibles, y dan el tiempo suficiente de leerlos.
- 05.7.10. El inicio medio y final mantiene los mismos standards técnicos o hay degeneración y decadencia.
- 05.7.11. Se considera los créditos artísticos correspondientes.

05.8. DIRECCION DE PISO

- 05.8.1. Está bien lograda o hay fallas en la coordinación, la precisión de entradas y salidas, la continuidad de escenarios, la direccionalidad del actor a las cámaras.
- 05.8.2. Qué fallas se denotan o que logros se observan.

05.9. DIRECTOR DE VESTUARIO

- 05.9.1. Es éste adecuado a la época o situación que representa.
- 05.9.2. Es exuberante, sencillo, intrusivo, imperceptible.
- 05.9.3. Mantiene continuidad o va por su lado con mensaje propio.
- 05.9.4. Es realista o ficticio. Funcional o artístico.
- 05.9.5. Está bien logrado o tiene incoherencias o aspectos que quitan la ilusión de lo que se representa.

05.9.6. Se observa un presupuesto adecuado, o más bien limitado.

05.10 DIRECCION COREOGRAFICA

05.10.1. Es usado como un adorno o como un elemento expresivo. Contribuye al objetivo del programa o se interpone y desvía hacia sí la atención.

05.10.2. Está bien realizado o tiene defectos o fallas notorias.

05.10.3. Es coherente y adecuado; está bien ensayado o hay improvisación.

05.10.4. Se compenetra con la música.

05.10.5. Tiene una imagen rica, pobre o bastante limitada. Contribuye positivamente al atractivo del programa.

05.10.6. Se desplaza en imagen objetiva, subjetiva, realista o de ficción. Es novedosa o tradicional, representativa o aculturizada.

06. RECURSOS UTILIZADOS

06.1. PERSONAL

06.1.1. Calidad y cantidad del personal técnico (directores, asistentes, operadores).

06.1.2. Se ve sistematización o empirismo.

06.1.3. Calidad y cantidad del personal artístico. (actores, creativos, libretistas, etc.)

06.1.4. Hay experiencia y formación o empirismo e improvisación.

06.1.5. Se observa suficiente apoyo y presencia de personal o más bien cortedad y limitaciones.

06.1.6. De acuerdo a los datos, se observa suficiente personal de apoyo administrativo en las diversas funciones que requiere la producción.

06.1.7. Hay sobreabundancia o mal uso de los recursos.

06.2. ECONOMICOS

06.2.1. PREPRODUCCION

- a. Se ha dado margen suficiente de tiempo y se ha distribuido número adecuado de personas para ejecutar las acciones: escritura de libretos, investigación, preparación de escenarios, ejercicio de los actores y ensayos, etc.
- b. Se trabaja con margen amplio, estrecho o adecuado y suficiente.

06.2.2. PRODUCCION

- a. Se ha realizado en un tiempo adecuado.
- b. Comparativamente con otro tipo de producciones similares, el tiempo empleado es adecuado, largo, corto; record.
- c. Los presupuestos empleados son comparativamente: holgados, estrechos, suficientes.
- d. Se ha considerado un tiempo prudencial de rodaje, sin presiones, con márgenes amplios y se ha tomado en cuenta la necesidad de movilizaciones o se ha recurrido a escenarios artificiales.
- e. Se mira en la producción ya realizada, carencias, fallas y defectos atribuibles al presupuesto.

06.2.3. POST PRODUCCION

- a. Se ha asignado un tiempo adecuado a esta etapa. (edición, montaje, sonorización, efectos especiales, etc.)
- b. Se ha contado con equipos adecuados.
- c. Se observa amplitud, estrechez o adecuación de recursos que afecten o ayuden a la producción.
- d. Cuál es el número de copias para la distribución.
- e. Cuál es el costo de la copia.
- f. Este costo copia en qué relación está respecto a otras producciones similares y en relación a las producciones locales del país donde se lo distribuirá.
- g. Se tiene el costo minuto. Es alto, bajo, medio.
- h. Se tiene el costo hombre. Es éste alto, bajo, medio.

- i. Se tiene el costo televidente: es éste alto, bajo, medio.
- j. Cuál es el costo e importancia que se ha dado a la publicidad y promoción.
- k. Qué medios se ha utilizado. Han sido eficientes, fueron una inversión o un dispendio.
- l. Se utilizó un margen amplio, ajustado o adecuado

06.2.4. EQUIPO

- a. Se conoce o se ve una presencia y uso de equipo: Abundante o escaso; de alta medida o baja calidad; con muchos, suficientes, o escasos recursos de manejo y utilización.
- b. A nivel de audio; rinden satisfactoriamente: Son excesivos, mal utilizados, deficientes o escasos.
- c. A nivel de video; registro y procesamiento, son de buena calidad, numerosos, reducidos, suficientes o escasos.
- d. A nivel de edición y postproducción: son limitados o amplios en recursos, sus recursos son bien administrados o mal utilizados (sub-usados).
- e. A nivel de equipo de apoyo. Hay alguna carencia. Se nota la necesidad de tener más (dollies, efectos especiales, fondos giratorios, backprojection, etc.)
- f. En general hay una buena o mala utilización de los equipos.
- g. Hay suficientes o escasos recursos y versatilidad.
- h. Corresponde la calidad de producción a las facilidades que tuvieron.

07. EL GUION

- 07.1. Está bien realizado (técnicamente hablando).

- 07.2. Es adecuado, inadecuado, correcto, incorrecto.
- 07.3. Utiliza los recursos audiovisuales del medio. Es un texto para ser visto y escuchado o para ser visto o para ser escuchado o para ser leído.
- 07.4. Maneja las dimensiones del tiempo y espacio de acuerdo a las facilidades y limitaciones del medio.
- 07.5. Se siguió el guión en la grabación y en el montaje y en todos sus otros detalles. En qué porcentaje si y no. En qué áreas: escenas, cámaras, diálogos, etc.
- 07.6. Maneja los recursos del lenguaje de acuerdo al formato, a la intención y objetivos del programa o se sale de estos y llega a ser incluso incoherente.
- 07.7. Cuánta improvisación hay en las diferentes partes. Son bien logradas o mal logradas. Mejoraron o empeoraron el libreto.
- 07.8. Está apoyado por los guiones complementarios: plan de piso, plan de luces, plano de micrófonos, guía de tomas. Plan de exteriores, cronogramas y planes de trabajo, etc.
- 07.9. Se ve experiencia en el guionista y riqueza en su creatividad.
- 07.10. Utiliza la música, los sonidos y los silencios como integrantes de sus formas de expresión auditiva.
- 07.11. Utiliza la luz, el color, la textura, la profundidad, la composición, el movimiento de cámara, las disolvencias y superimposiciones, los efectos electrónicos y mecánicos; la animación y otros recursos dentro de sus formas de expansión propias del medio.

08. LA OPINION DE SUS PRODUCTORES

- 08.1.Cuál es su visión general del programa.
- 08.2. Cuáles considera sus logros.
- 08.3. Cuáles consideran sus problemas y dificultades.
- 08.4. Qué cambios haría después de estos comentarios.

09. EL PUBLICO

- 09.1. Qué pruebas o testeos se hicieron.
- 09.2. Qué se pretendía medir en estas pruebas.
- 09.3. Cuáles son los resultados.
- 09.4. Qué cambios se implementaron.
- 09.6. Qué cambios no se implementaron.

2 : EXPERIENCIAS DE PERCEPCION TELEVISIVA

**Coordinadas por:
Daniel Prieto Castillo
Lilian Wertheim
Hebe Irene Roig**

EXPERIENCIAS DE PERCEPCION TELEVISIVA

EXPERIENCIA No. 1

La primera parte de esta experiencia se realizó con 27 docentes de enseñanza primaria, a los cuales se les hizo ver un capítulo del programa "El Chavo del 8" y se les pidió que opinaran a partir de las siguientes preguntas:

1. ¿En qué se funda el atractivo del programa?
2. ¿Encuentra en lo que acaba de ver algún valor educativo o cultural?
3. ¿Qué críticas le merece el programa?

Ofrecemos a continuación una síntesis de las respuestas:

Pregunta No. 1

- Imitación de la clase media mexicana.
- Interpretación de hechos reales, con un lenguaje jocoso y sencillo.
- Utilización de lo cotidiano de la clase popular, enfatizando lo jocoso, lo ridículo.
- Utilización de situaciones y relaciones de la comunidad.
- Exageración de aspectos de la vida diaria de un barrio pobre.
- Presentación de la vida cotidiana de clases populares. Uso de lenguaje familiar.
- Muestra de vida, costumbres y hábitos de clase media baja.
- Movimientos torpes y equívocos causan risa.
- Atraen lo inesperado, la fluidez, la fácil comprensión y los contrastes entre personajes.
- Atraen los gestos.
- Atraen los adultos que asumen un papel de niños.
- Motivos tomados de la vida diaria.
- Oportunidad en bromas de doble sentido, agresiones tipo Chapulín, caídas y golpes.
- Por presentar un núcleo común en toda América Latina.
- Presentación de la realidad vivida con jocosidad y dinamismo.
- Agilidad, chiste oportuno, niños personificados por adultos.
- Escenas cotidianas vistas desde su verdadero ángulo. Dignificación del mundo infantil.
- Situaciones cotidianas de una vecindad.
- Actividades casi reales.
- Escenas cotidianas de clase media baja. Comunicación directa, sin esfuerzos del auditorio.
- Caracteres sociales, populares.
- Uso de lenguaje común y corriente. Elementos de la vida cotidiana. Buena coordinación imagen y audio.
- Presentación de figuras o estereotipos de la vida familiar.
- Relación de las escenas y experiencias con la vida real.
- Realidad de una clase media en la que se ve reflejada la mayoría de la población latinoamericana.
- Lenguaje natural y familiar.
- Actividades que a diario suelen pasar.

Pregunta No. 2

- Hay cierto mensaje educativo desvirtuado por el chiste.
- Carece de mensaje educativo porque confunde al niño.
- Propicia enseñanza de buenas costumbres y hábitos.
- Valor educativo inicial (no tire en cualquier parte la basura) que luego se desfigura.
- Muchos elementos culturales y educativos.
- Programa huérfano de mensaje alguno.
- Mensaje de buenas costumbres, de formación de hábitos.
- Mensaje educativo: muestra las consecuencias negativas de la falta de hábitos de aseo.
- Sana diversión.
- Ningún elemento educativo, aunque sí cultural por mostrar costumbres.
- Desfiguración de valores, se va contra buenas costumbres y modales.
- Valor cultural por mostrar la forma de vida de la gente.
- Ridiculiza, no educa.
- Mensaje educativo: orden, aseo y formación de hábitos.
- Mucha agresividad, no educa.
- Rescata elementos de la cultura popular.
- Es educativo y cultural por usar un lenguaje infantil.
- Es educativo por enseñar a los televidentes a ser aseados. Guía, orienta.
- Presenta problemas socio-culturales por medio del chiste.
- Tiene elementos educativos rescatables: no tirar basura.
- Permite conclusiones de carácter moral, humano y social.

Pregunta No. 3

- Uso de palabras que luego repite la gente.
- Lenguaje restringido, poco directo.
- Abuso y maltrato del adulto hacia el niño
- Se humilla a las personas, se exagera la desigualdad social.
- Vuelve natural la forma de ser de niños anormales.
- Presenta escenas muy vulgares y repetidas.
- Mal uso del idioma, escenas de golpes, apodos a los personajes.

- Problema por el hecho de que los niños repiten frases tomadas del programa.
- Repetición de expresiones por parte de los niños. Estos últimos adoptan comportamientos que restan respeto a personas mayores.
- Explotación del comportamiento de un posible retardado mental para producir risa.
- Contraste con una vida normal: niños sin hogar, niños sin padre o madre.
- Agresividad de los adultos hacia los niños. Es un programa comercial.
- Lenguaje poco claro.
- Debiera incluir alguna moraleja.
- Actitudes y lenguaje irrespetuoso para niños y adultos.
- Destroza nuestro idioma. Formas verbales falsas incorporadas a la vida diaria.
- Se humilla al crédulo, al inocente.
- Se incentivan insulto y enemistad.
- Pobreza de argumentos que vuelve monótona la programación.
- Crea estereotipos perjudiciales.
- Excesiva agresividad, se identifica pobreza con tontería, se deteriora el idioma.
- Uso de la violencia para resolver problemas. Lenguaje que no corresponde a nuestro modo de hablar cotidiano.
- Facilita repetición de términos vulgares. Propicia la imitación inconsciente. Las risas grabadas anulan la proyección real del sentimiento del espectador.
- No plantea soluciones a los problemas que critica superficialmente.

Las mismas preguntas fueron reiteradas a un grupo de 17 estudiantes de cuarto curso (edad promedio 16 años), luego de la proyección del mismo programa. Ofrecemos una síntesis de las respuestas.

Pregunta No. 1

- Programa revolucionario porque presenta a gente en situaciones cotidianas.

- Exhibe situaciones ilógicas que no tienen resultados serios o negativos.
- La gente popular se identifica con la vecindad que dice ser pobre. Se usa un lenguaje popular.
- Atrae por las situaciones y formas de hablar. Además por las palabras repetidas.
- La violencia atrae. También el juego de palabras. El mensaje se capta sin necesidad de pensar. El nombre "Chavo" es atractivo.
- Atrae por la distracción que otorga al receptor.
- Refleja en cómico algo de la vida cotidiana. Tiene juegos de palabras y mucha repetición a lo largo de toda la serie.
- Porque la gente de clase baja, que es la mayoría que no tiene cultura, se identifica con los personajes.
- Trata de un problema social en forma cómica y popular.
- La autenticidad del lenguaje atrae a la mayoría. Es una creación latina. Atrae también la presencia de niños inocentes.
- Trae chistes para grandes y chicos.
- Atrae por el lenguaje y porque a los niños les gusta lo cómico.
- Porque es de fácil comprensión.
- Es chistoso porque se burlan de los personajes.
- Ridiculiza en muchos sentidos al hombre.
- Los chistes son cortos y muy fáciles de comprender por toda la gente.
- Atrae por los chistes, enredos y las peleas.
- Porque repite varias veces lo mismo.

Pregunta No. 2

- En cada programa se deja una enseñanza elemental.
- Aporta educación sobre la limpieza.
- Se vale de la excusa de la basura para hacer reír. No es educativo.
- Da una orientación sobre la cuestión del aseo.
- No educa nada.
- No aporta nada.
- Tal vez despierta en las personas un deseo de mejora.
- Limita lo educativo por hacer chistes.
- No aporta nada.

- Da consejos sobre la basura.
- No aporta nada.
- No aporta nada.
- Tiene un valor educativo fuerte.
- No aporta nada, es mala influencia.
- No aporta nada.
- No aporta nada porque los emisores buscan hacer lo más fácil.

Pregunta No. 3

- Da una mala visión del adulto, al cual en el programa se lo trata con mucha igualdad.
- Hay pobreza de lenguaje. Se distorsionan valores reales, la enseñanza es a base de golpes y gritos.
- Gana el que más ensucia. Es algo contradictorio.
- Mensaje confuso. Se usa una cuestión educativa con otra intención.
- La comicidad surge de la ignorancia y la estupidez de los actores.
- Refleja un sistema dentro del cual hay pobreza y rencores. Mucha violencia.
- Es algo excesivamente fantasioso.
- Suceden cosas imposibles y se refleja mucha violencia. Muy malo el lenguaje utilizado.
- Se burlan de todo, nada toman con seriedad.
- Mucha violencia. Promueve venganzas. Se castiga sin razón.
- Personajes sumamente tontos. Se rinden fácilmente ante las circunstancias.
- Complicación de problemas e incapacidad de resolverlos.
- Los personajes buscan hacer lo más fácil.

ALGUNAS CONSIDERACIONES

Con relación a la pregunta No. 1 los docentes, sobre un total de

27 respuestas, apuntaron en 21 oportunidades que el atractivo del programa se funda en su relación con la vida diaria, con la presentación de sectores populares de México o de América Latina. El resto de las respuestas se distribuyó entre consideraciones sobre el lenguaje (jocoso, sencillo, familiar) y gestos, movimientos, caídas y golpes. No fueron especificadas las características de dicho lenguaje y uno sólo de los comentaristas aludió a la personificación de niños por adultos.

Curiosamente, las respuestas de los adolescentes fueron más variadas. Sólo cinco aludieron a la presentación correspondiente a sectores populares, en tanto que la mayoría, nueve se orientaron hacia cuestiones de lenguaje, tales como "lenguaje popular", "juegos de palabras", "mucho repetición", "fácil comprensión", "chistes cortos"... Por último algunas acotaciones muy cercanas al programa: "la violencia atrae", "atraen los enredos y las peleas".

De las 21 respuestas de los docentes a la pregunta No. 2, nos encontramos con 14 a favor del contenido educativo o cultural del programa, desde "rescata" elementos de la cultura popular" hasta "permite conclusiones de carácter moral, humano y social". En el resto se habla de confusiones, deformaciones, excesiva agresividad.

En cambio, de las 16 respuestas de los adolescentes, se encuentran 10 que rechazan todo valor educativo en el programa. El resto va desde "da consejos sobre la basura" hasta "tiene un valor educativo fuerte".

En lo que se refiere a las respuestas de la pregunta No. 3 los docentes muestran mucha preocupación por el uso del lenguaje en el programa y por el modo en que los niños repiten ciertas palabras: "uso de palabras que luego repite la gente", "repetición de expresiones por parte de los niños", "destroza nuestro idioma"... También hay frecuentes alusiones (por lo menos en diez oportunidades) al uso de la violencia, a la humillación y la burla a que son sometidos algunos personajes. Dos comentaristas aluden a la anormalidad de los personajes y uno hace mención de las risas grabadas que "anulan la proyección real del sentimiento del espectador".

Las 13 respuestas de los adolescentes a la pregunta No. 3 fueron muy variadas. Solo tres se refirieron al lenguaje, en tanto que la mayoría se centró en la caracterización de los personajes: "la comicidad surge de la ignorancia y la estupidez...", "refleja un sistema dentro del cual hay pobreza y rencores", "promueven venganzas". Destacan tres respuestas relacionadas con la incapacidad de los personajes de resolver situaciones y algunas alusiones a lo "confuso" y a lo "excesivamente fantasioso" del mensaje.

Si bien resulta un tanto riesgoso comparar las respuestas de ambos grupos, llama la atención el modo en que uno y otro evalúa el mismo programa. De alguna manera los jóvenes están más cerca de una percepción si no crítica al menos más en detalle de lo que aparece ante sus ojos. Esto se vivencia en una mayor variedad de tópicos abordados. Resulta muy interesante lo opinado sobre el punto 2, los docentes se pronuncian por el valor educativo, en tanto que los adolescentes lo rechazan.

Lo cierto es que la experiencia muestra algo en lo que vienen insistiendo los estudiosos de la comunicación: frente a un mismo mensaje hay muchas lecturas posibles, muchos modos de reconocimiento y de evaluación. No obstante, es posible encontrar algunas coincidencias en las cuales fundan su éxito los mensajes. Nadie aludió a la historia misma cuando se habló de tal éxito. En cambio, fueron tomadas en cuenta ciertas semejanzas con la vida diaria y cuestiones de lenguaje. De un lado, pues, la referencialidad y de otros los recursos expresivos.

Coordinador:
Daniel Prieto Castillo

EXPERIENCIA No. 2

La presente experiencia se realizó en CIESPAL el 11 de abril de 1985. El grupo de niños fue expuesto al Programa en mención, que se debatió y luego se representó. Toda la experiencia fue grabada en Video, anotando que ésto no fue un impedimento para que el grupo fuera natural e imaginativo. (Total de niños 9).

Los niños están entre los 10 a 12 años de edad, aunque también estuvo presente un niño de 6 años, identificado más adelante como "el más pequeño".

Este grupo de niños es de clase media alta, son estudiantes de colegios La Condamine y Alberto Einstein. Están habituados a actividades grupales y dinámicas de grupo, ya que se reúnen semanalmente en un movimiento juvenil educativo.

Durante la exposición al programa los niños expresaron risa, atención, admiración, interés, asombro. Cabe anotar que ellos no rieron con las risas grabadas en el programa, sino en momentos distintos. Podría decirse que las relaciones "Don Ramón - Chilindrina y Don Ramón - Doña Florinda" son las que más gracia causaron, mientras que frente a la aparición de Ñoño la reacción fue de desprecio.

A continuación se presenta el debate que surgió a raíz del programa. Las preguntas las hizo la Coordinadora; cada guión señala la respuesta de cada niño. El vocabulario y el lenguaje utilizados corresponden a las verdaderas expresiones de los niños.

Los comentarios sobre la representación se encuentran a continuación de la transcripción del debate.

DEBATE

P.— ¿Por qué les gustó?

- Porque estaba chistoso (todos)
- Porque se caían
- Porque era divertido
- No sé por qué pero es chistoso.

P.— ¿Por qué no les gustó? (dos niños)

- Porque de gana rompen las macetas; es pura lata
- No me causa gracia (pero te reíste)

P.— ¿Les gusta que le peguen a la gente?

- No.

P.— ¿Por qué se ríen?

- En la película todos saben que no pegan, salvo los niñitos muy pequeñitos. (le hacen chistes y responde: Sí, yo soy enana pero estoy en sexto grado).

P.— ¿Dónde estaba hecho el programa?

- En un cuarto como éste
- En un estudio
- En una vecindad.

P.— ¿Conocen la casa del Chavo?

- No
- Es de tipo rico (luego pregunta: ¿La verdadera casa o la del Chavo?)
- No tiene casa (varios)

- Vive en una casa
- Vive en el barril. (Le contestan: No, ese es un escondite).
- Vive en el 8
- En un cuarto que debe ser pobre, pobre.

P. – ¿Cómo son los personajes?

- Chavo:
 - es un niño pobre.
 - es un señor rico, solo que se disfraza de pobre (el más pequeño)
 - Hace como un niño pobre
 - Es una persona mayor.
 - Como es de baja clase social, los demás se desquitan con él.

P. – ¿Y los demás?

- también (dudosos)
- son de clase media baja

Doña Florinda:

- – sexto grado.

– El profesor:

- se puede decir que es una persona de clase alta (media alta le corrijen), culto.

– Don Ramón:

- uff, buuu (todos)
- clase Cantinflas (el más pequeño)
- baja baja

P. – ¿Qué personaje es el que más les gusta?

- Mira, casi siempre el que más gusta es el personaje principal; o sea el Chavo.

P. – ¿Otro?

- Sí, pero no tanto.
- La Popis
- El Chavo actúa mejor.

dice otra).

P.— ¿Por qué le pegan al Chavo?

— Porque piensan que es basura (el más pequeño)

P.— ¿Y es?

— No, no es.

P.— ¿Tienen amigos como el Chavo?

— No es exactamente un amigo. Hay un niño donde un compañero mío, donde fui a jugar, en el edificio. Los hermanos no sé donde viven; los papás murieron. En el edificio, en el parqueadero hay unas cosas... (señala cuadrados con las manos...) como closets, armarios. Tiene ropa y duerme ahí. Hay un banco. Siempre dice que puede hacer cosas, aunque en realidad no pueda. Por ejemplo, una vez estábamos jugando y se nos fue la bola y él se tiró a cogerla; era algo alto. Yo pensé que se iba a lastimar, pero no se lastimó.

— Don Ramón, siempre trata de hacer algo, pero siempre le rechazan.

— Doña Florinda, sabe actuar (porque tú te pones rulos le contesta el más pequeño)

P.— ¿Hay buenos y malos?

— No, representan su papel, haciendo como les indican, como profesionales.

— Lo principal es que actúan bien. Todos son del mismo nivel. Hay unos personajes que **juegan** más en algunos, en todos los programas: el Chavo, la doña Florinda, Don Ramón.

P.— ¿Y Quico, cómo les cae, ahora no apareció?

— Antipático

— Sobrado, sobrado

— La mamá le enseña a que sea así que **discrimine** porque están en una posición más baja que él.

— El Chavo inventa juegos y Quico viene con el juego hecho (real)

- Yo conozco un sirviente en la casa de un amigo, pero que vive en Guayaquil. Bueno. es más amigo que sirviente pasan Navidad juntos, y todo... A él no le importa nada, sólo le molesta que lo humillen, lo lastiman.
- Pero no hay que comparar la pobreza..., hay mucha gente que es pobre y que en realidad nosotros no conocemos. Lo que vale es la actuación.
- Yo tengo un compañero, no es que sea pobre..., también que no se acopla al grupo, y como es bajito, una compañera le dice acomplejado. Es enano "jalado de año", mal estudiante.

P.— ¿Podría ser como el Chavo?

- En la forma en que lo tratan y como se siente sí. A veces se ríen de él.
- Yo tengo un compañero francés..., que no sé si será por costumbre que no se bañan, pero apesta.
- Y otro del que se ríen porque está alejado. Lo molesta un niño rico; bueno, él también tiene plata, la mamá es corredora de autos y todo... Lo tratan como al Chavo.
- Un compañero mío que es matón..., no se preocupa de la amistad, solo de estudiar y está alejado del grupo.

P.— ¿Me podrían contar la historia que vimos, yo no la entendí?

- Es muy normal que los chicos tengan una mentalidad más... más débil y se dejen llevar por los otros, les dicen que les gusta un programa y entonces a ellos también.
- Esta no fue una historia tan chistosa, como generalmente. A mí me gustan los niños porque puedo ser parecida a los niños chiquitos...

- Doña Florinda no puede barrer el patio es muy "high" se cree la rica que tiene empleados y los obliga, bueno, no les paga. Ellos tienen que hacer porque si no, va y les pega.
- Pero Lillian, a veces pueden tener una moraleja. Por ejemplo, aquí tuvieron la moraleja de que no hay que tirar la basura.
- Como es muy orgullosa (Doña Florinda) no puede aceptar que haga trabajos de clase baja. Ordena como capataz o mandamás a los de baja clase social. Esta gente tiene orgullo, pero lo hace, por quedar bien. Pero si le insisten o hablan porque ha hecho mal, y que no reciba recompensa..., él se siente.

P – ¿Y qué pasa con unas latas?

- Lo que pasa es que si uno ve siempre, sabe que el Chavo vende latas para tener su dinero y poder comprarse algo.
- Además las latas se pueden refabricar.
- Vende latas (el Chavo) y botellas también. En esta ocasión vende latas nada más. Las lleva en cajas y se tropieza con alguien y se caen (las latas). Se supone que en el programa que él es un niño tonto, por eso.
- Lo tratan como a tonto.
- Pero puede que no sea tonto.
- Dijo que quería (el señor de la tienda) bastantes latas, entonces el Chavo las recoge para conseguir dinero pero no lograba llevar las latas porque siempre le pasaba algo cuando les quería llevar. A veces las tiraba, otras veces no encontraba.
Esta vez se encontró bastantes latas para llevar a la tienda pero cada vez le iban tirando las latas.

P.— ¿Quiénes?

- El Ñoño y la Chilindrina porque estaban peleando.

P.— ¿Por qué?

- A cada rato se chocaban con el Chavo.
- Pelearon porque la Chilindrina quiso pegarle al Ñoño porque el Ñoño le había molestado.
- Era tal el..., la inseguridad de Don Ramón porque Doña Florinda no le pegue por no haber limpiado el patio... El Ñoño estaba comiendo plátanos y tiraba las cáscaras..., y era tal el miedo de Don Ramón que le daba cólera y agarraba los plátanos de Ñoño y los tiraba.

Y entonces la Chilindrina no le gusta que la ofendan al padre y entonces quiso pegarle al Ñoño y el papá no le dejó.

- No entendiste la historia, lo que pasó fue que Ñoño le dijo a Don Ramón que le pegue a la Chilindrina porque botó la basura cerca de la puerta y no la botó en otra parte.

P.— ¿Está bien lo que hizo Ñoño?

- No, no se debería pegar a otras personas
- No se debería pegar para que se aprenda, sino explicarles
- No se debe usar a la gente como objeto.
- Don Ramón, como es una persona tan insegura, no siempre toma las decisiones por él mismo; le dice Ñoño... Como Ñoño también es una persona de clase alta.

APARIENCIA DE LOS PERSONAJES

- La escena es hecha por personas grandes que quieren representar a niños. Soío ver un grande representando un niño es cómico y luego la forma en que se visten..., lo gordo que es Ñoño..., o lo flaco que es Don Ramón..., o como se viste el Chavo..., o los tu-

bos (rulos) de Doña Florinda.

- Eso es lo que yo te iba explicando... Yo creo que son parecidos a mí, a mí me gustan los niños..., yo soy medio infantil.

¿Y la ropa?

- Para la película está bien, porque están actuando como si fueran niños.
- Ellos no están actuando como si están en esta época de ahora, sino en una época anterior. Porque por ejemplo si sería de esta época estarían vestidos más modernos.
- Sí, los zapatos de Doña Florinda..., con esos tacos y esa forma..., zapatos de queso....

SOBRE LA ACTUACION

- Cuando se les planteó la actuación preguntaron por la escenografía y por el maquillaje para televisión.
- El grupo de actores "nació" voluntariamente, como el personaje a representar cada uno. Cabe añadir que no hubo ni ensayos ni preparación.
- Al comenzar, iniciaron tarareando con la música típica del programa, que no apareció en el que vieron.
- Los papeles que asumieron fueron bastante característicos, aunque en el caso de Don Ramón la autoridad fue excesiva.

El "público", los niños restantes se rieron mucho.

- Los gestos de los personajes de la TV. son asimilados correctamente.
- Durante la representación aparecieron incluso facetas de ellos que no estaban en el programa al que expusieron, lo mismo ocurre con el lenguaje y los modismos.
- Durante la representación resaltaron:
 - La posición de las piernas del Chavo
 - el tirar las cáscaras de plátano dentro y fuera de la caja de latas.
 - el llevarse la mano a la cara, de Ramón.
 - los golpes de Doña Florinda.
 - los gestos y risitas de Chilindrina.
 - la actuación de Ñoño fue muy característica.
- Los niños interpretaron bien el ambiente. De cierta forma crearon una escenografía y una utilería imaginarias, a la que se ciñeron durante la actuación: el tamaño del patio, la caja de latas del Chavo, las escobas...
- Los niños quisieron hacer una segunda representación en la que aparecieron los personajes que no estuvieron en el programa que vieron... Las características de la primera representación se repitieron y se reafirmaron. Aparecieron incluso gestos no vistos antes, como expresiones típicas de los personajes:
 - autoridad del profesor
 - el profesor "longaniza"
 - Quien representó a Quico, se puso caramelos en la boca para inflarse la cara
 - el lloro de Quico
 - el que el Chavo gritara un insulto al profesor.
 - el que el Chavo dijera "es que se me chispoteó"
 - el lloro de la Chilindrina.

De las actuaciones se deduce que los niños entendieron la historia, la asimilaron y que al estar expuestos al programa mucho tiempo conocen los personajes, sus características y sus historias.

El verlos representar reporta más información que las respuestas del debate, sobre todo en lo referente a asimilación, narración y estructura de la historia. En cuanto a este último debe recalcarse la memoria visual del grupo para recordar el orden de escenas lo que no ocurrió con la coordinadora y por lo que en el video las escenas aparecen en otro orden.

A MODO DE CONCLUSIONES:

— Los niños pueden asimilar muy bien la historia; es asombrosa su capacidad para diferenciar entre lo real y la actuación, siempre está muy presente. Puede verse en las respuestas a las preguntas ¿Dónde está hecho el programa?, ¿Dónde vive el Chavo?, ¿Cómo son los personajes?, ¿Hay buenos y malos?...

Hay que agregar en todo caso, que el grupo recibió la información sabiendo que no es real, pero su discernimiento no llega a dividir la realidad de la actuación permanentemente.

— El énfasis que el grupo puso en las diferencias sociales es muy notorio. Además de las respuestas referentes a ello directamente, aparecen la comparación con la realidad en términos de pobreza y el relato de la historia y la caracterización de ciertos personajes (Doña Florinda) en torno a esta separación social.

— Curiosamente a los niños no les molesta que sean adultos los que representan a niños; por el contrario eso les causa gracia.

— Los modismos, la escenografía, el vestuario es muy observado; el grupo lo aprobó, pero sólo para el programa porque no corresponde a la “moda actual”.

— Los niños utilizan a veces un lenguaje adquirido, del que no están seguros en cuanto a significado, pero aciertan con el vocabulario. Con respecto al tema de lenguaje, es preciso añadir que el grupo asimila la jerga del programa, incorporándola a su vocabulario pero sin diferenciarla clara y permanentemente de la terminología local.

— A pesar de las críticas y desprecio hacia algunos personajes, el grupo mantiene un cierto sentido de respeto hacia ellos. Siempre se refieren a ellos como “Don”, “Doña”, “Profesor”. ¿Es parte de la asimilación de la historia?

— Un hecho que debe recalcarse en el grupo, es el poder racionalizar el hecho de que se ríen de situaciones que en la realidad pueden resultar muy dolorosas y muy humillantes. Las respuestas a si tienen amigos como el Chavo lo demuestran, como el conocimiento de la vida de los personajes... el Chavo vende latas para tener algún dinero; el señor de la tienda le pide latas y botellas; como Ñoño también es de clase alta; Doña Florinda los obliga, si no les pega; etc... El juicio que se hace a los personajes indica lo mismo... no se debe usar a la gente como objeto; ellos tienen su orgullo pero hacen, el miedo de Don Ramón etc...

— El grupo además reconoce cierto valor educativo a la serie de “El Chavo”, encuentra moralejas, lo que puede sumarse al subtema anterior.

— Sería recomendable profundizar más en las reacciones que aparecen en el video grabado durante la experiencia, ya que ellas reportan más información de la que realmente pueda expresarse.

Coordinadora:
Lilian Wertheim

EXPERIENCIA No. 3

La experiencia se realizó con un grupo de niños de una escuela Fiscal, de clase socio-económica baja. El grupo estuvo compuesto por 7 niñas y 5 niños de 7 y 8 años de edad. Los pequeños no habían participado anteriormente en trabajos grupales ni experiencias de este tipo. Los niños vieron el programa, lo comentaron y analizaron guiados por preguntas de la coordinadora, y posteriormente lo representaron. Para revisión posterior se grabó el audio de la primera parte y la teatralización fue grabada en video.

RESUMEN DE LOS COMENTARIOS

¿En qué se parece el programa del Chavo al del Chapulín?

- “Los dos son igualitos”
- “En hacer chistes”
- “En que uno es el Chapulín y en el otro es el Chavo, pero son los mismos actores”.

¿Qué les gustó del programa? y ¿por qué?

- “Porque es muy bonito”
- “Porque hace reír”
- Señalan que les gustó todo.

¿Qué no les gustó?

- A mí una cosa que no me gustó, lo que botaban la basura en el suelo. Porque no se bota la basura en el suelo.
- Botó las cáscaras de plátano en el suelo y es peligroso.
- Lo que se van a romper la cabeza cuando se tropiezan.
- Lo que le ensucian al Chavo.

Comprensión de la historia: ¿De qué trata la historia?

- Que no hagan basura.
- Los niños narran la historia con detalles y repetición exacta de algunas frases; por ejemplo:
 - Y le dijo: "Vaya a tirar en el patio de su abuela"
 - Donde se resbale su abuela (le corrige otro niño)
 - Y el Chavo dijo: "¿Su abuelita es muy resbalosa?"
 - Y Don Ramón dijo: "A mi abuelita le decían mantequilla"

¿Cómo es el lugar donde transcurre el Programa?

- Es una vecindad
- Hay unas cosas
- Hay unas gradas y un cuarto
- La casa de Don Ramón es un cuarto chiquito con una mesa y una televisión.
- El Chavo vive en un barril
- El Chavo se va a vivir donde está desocupado de las casas.
- En un primer momento no pueden señalar en qué se nota que el lugar es un estudio y no una vecindad verdadera. Luego anotan en que no tiene paredes por fuera.

¿Cómo hablan los personajes?

- Hablan como nosotros
- Señalan algunas diferencias de lenguaje:
 - Porque en vez de mono dicen "campo"
 - En México le dicen "chibolo" al chichón.

- Está hecho en México
- Los actores son de allá.

¿Cómo son los personajes?

– EL CHAVO:

- Anotan espontáneamente que el Chavo no tiene mamá ni papá; un niño comenta: —Creo que lo han abandonado.
- Es inteligente para hacer reír.
- En la escuela es “tarugo”
- El Chavo es pobre.
- El Chavo es el personaje más triste porque no tiene plata ni juguetes.

– EL ÑOÑO:

- Es muy gordo, tiene “panza de manteca”, “chanchito”, “manteca Porki”.
- Don Barriga es su papá.
- Es feliz.

– DOÑA FLORINDA:

- Usa churos, rulos
- En la película es “malísima”, le pega a Don Ramón y discute.
- Es inteligente “porque es una señora”

– PROFESOR JIRAFALES:

- Es muy “fiero”, parece tubo de cañería por lo alto.
- Se dedica a comprar flores para Doña Florinda
- Enseña a los niños.

- Es inteligente porque estudia y enseña.
- DON BARRIGA
 - Tiene un montón de plata.
- DON RAMON:
 - Es malo porque discute mucho.
- LA CHILINDRINA:
 - Usa lentes
 - Tiene pecas
 - Se pasa jugando y nunca estudia.
- QUICO:
 - Es el más feliz porque tiene juguetes y sale a jugar: —Y siempre le espera la mamá, que le compre una pelota cuadrada.
 - Se pone unas bolitas en las canillas.
 - En la vida real está casado.

¿Quiénes son niños en el programa?

- Unos señalan la Chilindrina, Quico, el Chavo.
- Otros que nadie: Son adultos disfrazados, pero no les molesta, les gusta eso.
- EDADES ASIGNADAS A LOS PERSONAJES:
 - EL CHAVO: 7 años
 - EL QUICO: 8 años
 - DON RAMON: 50 años
 - DOÑA FLORINDA: 62 años

- DIFERENCIAS ENTRE ACTUACION Y VIDA REAL

- Creo que estudian para poner en la televisión
- No se pegan duro, sino suave, y hacen el sonido del golpe.
- No se ríen como en realidad nos reímos nosotros: Además porque se ríen, no como nos reímos nosotros, es filmado.
- Doña Florinda es "malísima", pero en la vida real "debe ser buena"
- Quico en la vida real está casado.
- Son adultos representando niños: "sólo se disfrazan", "se notan grandes"

- RELACION CON LA VIDA REAL:

- Relacionan los sucesos del programa con anécdotas de accidentes: (Se acaba de mencionar que botar cáscaras de plátano es peligroso).
- Mi papá me contó, verán, un carro estaba pasando y ahí estaba una piedra grande... el carro pasa y salta la piedra y le hace caer al señor y se muere... Por eso yo sé quitar las piedras que hay en la calle.
Ante la pregunta: ¿Han visto ustedes que pasen cosas como pasan en la película del Chavo? Un niño responde:
- Fu, han pasado bastantes, a mí casi me pisa un carro.
- Mi abuelita se murió porque le pisó un carro.
- En mi casa venía un colectivo y se subió a la vereda y pun se chocó con un poste.
- Con amigos "mentirosos" y "vagos" (como la Chilindrina).
- Señalan semejanzas en el aspecto físico entre personajes y personas conocidas:
- Una señorita que está en la escuela parecida a... la Chilindrina... o sea, tiene los lentes iguales, todo igual.
- El Jorge es parecido al Ñoño... porque es gordo.
- Un niño dice tener amigos como el Chavo "pero tienen papá y mamá"

¿A qué público está dirigido?

- A niños y jóvenes.
- A los grandes (a sus papás) también les gusta.
- Una niña comenta: “Cuando el Chavo hace tristezas a mi mamá le sabe dar pena”.

¿Cómo es la música del programa?

- No la recuerdan bien, sólo dos niños, dicen recordarla.
- No la pueden reproducir fácilmente.

¿Hay malos y buenos en el programa?

- La Doña Florinda y con el Don Ramón son malos “porque se pegan” y los dos sólo discutiendo”
- “vagancia”
- La Chilindrina es “mentirosa” — Dice que ya ha hecho las tareas y el papá le ha visto y dice: “y no ha hecho nada”.
- Miente que le han mandado de deber.

¿Quiénes son los más vagos y lerdos?

- La Chilindrina porque bota la basura en el patio y se pasa jugando y nunca estudia. También señala la Popis...
- ¿Hay diferencia entre las personas de la película como por ejemplo que algunos tengan mucha plata y otros poca?
- Don Barriga tiene un montón de plata y el Chavo es pobre.
- “Algunos son ricachos no señorita”?
- Quico siempre tiene juguetes, y el Chavo no.

¿Cuál es el más feliz de los personajes?

- Quico porque siempre tiene juguetes y sale a jugar.

¿Cuál es el más triste de los personajes?

- El Chavo: porque no tiene plata, porque no sabe tener juguetes y le sabe pedir al Quico, y el Quico no quiere.
- No quiere y le sabe pegar siempre.

¿Quiénes son los más inteligentes?

- El Chavo porque hace reír, pero en la escuela es “tarugo”
- Doña Florinda “porque es una señora”
- El Prof. Jirafales porque es profesor y estudia.

REPRESENTACION

Como última parte de esta experiencia se pidió a los niños que representaran el programa. El video grabado de su representación permitió revisar lo sucedido.

Los chicos se distribuyeron los roles y se pusieron a “jugar al Chavo” con gran espontaneidad y muchísimo entusiasmo.

Del grupo surgieron dos líderes que daban órdenes buscando organizar la representación, pero todos los niños participaron dando indicaciones, anotando los detalles que olvidaban los actores e incluso representándoles lo que debían hacer, obligándoles a repetir su actuación.

En algunos momentos trataron de reproducir las mismas posiciones en las que los personajes se situaban en el escenario del programa. En general, buscaron la imitación exacta de detalles, de frases, corrigiéndose mutuamente actores y no actores.

Utilizaron hojas de plantas y otras cosas para simbolizar los elementos que intervenían en la historia del programa, como cáscaras de plátanos y el ramo de flores que llevaba el Profesor Jirafales.

Los niños estuvieron sumamente excitados: desde el principio de la experiencia se les ofreció un ambiente de participación al cual no están acostumbrados en su vida escolar, un ambiente físico con apa-

ratos de grabación y filmación que les llamaba la atención, y un tema de trabajo que resultó muy placentero para ellos.

Al momento de la representación se soltó su entusiasmo fluyendo una actividad y movimiento que no se esperaban, puesto que sabían que estaban siendo filmados y estaba presente una autoridad de su escuela, cosas éstas que por lo común inhiben la espontaneidad de los niños.

1) Por la dinámica del grupo, por las correcciones e interrupciones a los "actores", no se llevó a cabo una representación completa de lo visto, pero en todo momento se intentó reproducir lo más fielmente posible las características de los diversos personajes del programa.

Su actividad no se limitó a la representación del programa, algunos jugaron simultáneamente a otras cosas, pero jugando y a veces hasta gritándose las partes del programa, todos siguieron el hilo de la historia.

CONCLUSIONES:

— Los niños censuran cosas que son criticadas en el mismo programa: no les gusta que boten basura, no boten cáscaras de plátano, que se ensucien.

— Disfrutan con la repetición exacta de detalles y frases.

— Los numerosos modismos que se manejan en el programa son fácilmente manejados por los niños por lo que significa un aprendizaje del lenguaje propuesto por la televisión

- Ante la pregunta cómo son los personajes, estos son caracterizados básicamente por su apariencia física, sin analizar sus formas de personalidad. Sólo al preguntárseles por bueno/malos, tristes/felices, inteligentes/lerdos, ricos/pobres, los niños piensan en estas características de los personajes.

— Los pequeños asignan edades a los personajes que representan niños (como el Chavo y Quico) iguales a su propia edad. Esto puede ser considerado como un indicador de la identificación de los niños con estos personajes.

— No obstante, diferencian claramente lo que es actuación de lo que es vida real, por ejemplo, cuando recuerdan que Quico en la vida real está casado.

— Una preocupación espontánea que surge entre los niños es que el Chavo no tiene padres, incluso una niña comenta una charla sobre el tema con su hermano en una ocasión anterior.

— Relacionan personajes con personas conocidas por ellos mismos, y sucesos del programa con la vida cotidiana. Los sucesos de la vida diaria se refieren a accidentes de tránsito que ellos han escuchado o presenciado.

Llama la atención que escenas más o menos violentas percibidas en el programa son ejemplificadas por cinco niños con accidentes de tránsito.

— La observación de los niños durante la exhibición del programa y mientras realizaron la representación permite señalar que el mayor impacto cómico proviene de las torpezas de los personajes: las caídas, los golpes, choques, etc

**Coordinadora:
Hebe Irene Roig**