

CINE Y TELEVISIÓN

La aparición de la televisión tras la Segunda Guerra Mundial ha sido considerada por muchos la causante del declive del cine.

Hoy en día, el concepto de cine de la era pasada ha desaparecido. En este trabajo, me refiero al cine estadounidense, al cine de Hollywood, por constituir prácticamente un monopolio en el mercado mundial, durante los primeros años de su historia. Ha destacado principalmente, por su elevado poder de producción y distribución, proporcionado por sus grandes estudios (Majors).

Desde principio de siglo, se convirtió en el eje principal de las fuentes de ocio, supuso un auténtico fenómeno social, revolucionando los hábitos lúdicos de las masas. El cine encontró una gran aceptación en el público, experimentando una nueva concepción, diferente a la creada en un principio.

No debemos exagerar la supuesta repercusión negativa que supuso la televisión para el cine. El propio cine nos ha mostrado a lo largo de su historia que la llegada de la televisión solamente ha supuesto una evolución, que ha condicionado el concepto cinematográfico.

La televisión surgió gracias a la tecnología electrónica que, ocasionó en un principio la aparición del cine sonoro y posteriormente la televisión.

A parte del cine la aparición de la televisión supuso el desplazamiento a un segundo plano de otros medios de comunicación, como la Radio. Hasta entonces, la Radio había sido una inagotable fuente de divulgación de noticias, música, etc...

Al principio, la televisión emitía pocas horas al día, pero la demanda del público motivó el aumento de las horas de emisión. La falta de producción propia, así como de un lenguaje audiovisual, produjo la necesidad de imitar

lo ya establecido, fusionando así las fuentes radiofónicas y cinematográficas que ya configuraban la programación.

En cuanto al cine, debemos señalar que la aparición de la televisión, no despertó una inquietud alarmante, más bien resultó ser una nueva vía de comunicación, en la que se centraban las miradas de los estudios de Hollywood, que no olvidaban su carácter industrial y su interés por obtener los mayores beneficios posibles.

En 1.938, la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas y la Asociación de Productores y Distribuidores Cinematográficos (Oficina Hays) iniciaron, de forma conjunta, un exhaustivo análisis del estado de la tecnología televisiva y de las posibles acciones que la industria cinematográfica podía emprender. Éstos aconsejaron a los estudios cinematográficos que se dedicaran a producir programas de televisión y conseguir el control de emisoras de televisiones locales.

Sin embargo la pretensión de la industria por poseer canales nuevos donde exhibir sus productos, se vio frenada por la aparición de un factor político: El proceso antimonopolio que sufrieron las cinco grandes compañías cinematográficas, llevada a cabo por el presidente Roosevelt, que obligaba a devolver la propiedad de las salas de cine a empresarios locales. Los estudios poseían control, no solo sobre la producción, sino también sobre la distribución; y las salas, lo que les proporcionaba era un gran dominio del mercado.

Podemos indicar que la decadencia que experimentó el cine a finales de los años 50, se produjo por la aparición de unos determinados factores aún más influyentes que la televisión:

factores económicos:

La Segunda Guerra Mundial provocó un fuerte cambio en la sociedad: Las mujeres se casaban muy jóvenes y tenían muchos hijos, lo que ocasiona numerosos gastos. Esto establecía nuevas prioridades económicas. Ir al cine suponía un lujo innecesario. Además, hay que añadir el *boom* de los electrodomésticos, que aconteció esta época. Las familias no tardaron en equipar sus casas con estos novedosos y útiles aparatos, de los que

carecían antes de la guerra. Esto suponía grandes inversiones económicas que limitaban las actividades lúdicas.

• *factores geográficos:*

El aumento de los miembros en la familia priorizó la posesión de una vivienda espaciosa, provocando el traslado a las afueras de las ciudades,

a nuevas zonas residenciales. De este modo la afluencia a las salas de cine disminuyó notablemente debido a que estaban situadas en el centro.

La televisión carecía de estos inconvenientes (no era necesario desplazarse, etc...) lo que facilitó su expansión. Fue a partir de aquí, cuando podemos considerar que la televisión asestó un duro golpe al cine.

Aunque en esta nueva situación, no todo fueron desventajas. Nos encontramos en el inicio de una relación que ha marcado esta nueva etapa entre el cine y la televisión.

La industria cinematográfica trató de adaptarse a las nuevas necesidades de igualdad de condiciones, la televisión salía beneficiada. Debido al impulso por la competencia, los grandes estudios ofrecieron al público nuevos aspectos que eran proporcionados por la televisión.

La industria cinematográfica invirtió en innovaciones técnicas, ya que estudios anteriores encontraron una salida segura durante estos momentos en los que ésta pudo de nuevo realizarse como gran industria.

LA RADIO

La radio se considera como uno de los medios mas importantes y de larga tradición en la emisión de la publicidad. Sus orígenes se remontan a los años

cuarenta cuando toda la familia se reunía en torno al aparato de radio, el cual permitía el acceso inmediato a la información, aportando además elementos de entretenimiento y diversión. La llegada de los transistores, los refinados equipos de música con la radio incorporada, las radios de los coches ... hizo que la audiencia se atomizase y la radio pasase a convertirse en un medio individual.

Ahora la radio ha evolucionado y a pesar de las críticas en cuanto a su forma de hacer las cosas, se presenta como un medio con amplias expectativas. La radio da en estos momentos un salto tecnológico y se adueña de nuevas tendencias, de las que podemos destacar:

–La doble emisión a través de un mismo canal: Se difunde una cierta programación en una determinada frecuencia y otra programación distinta a través de ondas de esa misma frecuencia.

–Digitalización estereofónica en la transmisión.

–Sonido digital

–Por medios de aparatos consigue mayor potencia de emisión.

–Se tiende a la ampliación de emisoras de frecuencia modulada ya que suponen un menor gasto económico pero al mismo tiempo se está produciendo una saturación en el sector.

–Se tiende a una radio de estudio móvil.

Con el advenimiento de nuevas tecnologías informáticas en el umbral del siglo XXI, se empiezan a buscar nuevas formas de difusión. De cara al auge de Internet, las emisoras no vacilan en conectarse a la red de redes.

Es se orientan con dificultad en el campo de las nuevas tecnologías en vertiginosa evolución. Las estaciones utilizan canales de audio de los

transpondedores de televisión instalados en satélites, pero cada vez con

mayor frecuencia se habla de la radio digital sonora, tanto terrenal como por satélite. Existen varias tecnologías de radio difusión vía satélite, sin embargo hasta el momento no existe una forma global.

La Radiodifusión internacional tiene en su haber varias décadas de emisiones de onda corta, cuyas prestaciones no han sido superadas, ni si quiera por las mas modernas tecnologías. Desdichadamente, algunas de las ventajas que supone la onda corta se perdieron del todo durante el periodo de la guerra fría cuando las radioemisoras trataban de obtener la superioridad en el éter aumentando tanto el número de transmisiones como la potencia de los mismos.

Precisamente este incorrecto aprovechamiento de la onda corta ha sido uno de los causantes del elevado costo de la operación de los transmisores de gran potencia, hecho que obliga a las estaciones a reducir las emisiones de onda corta, a pesar de que el desarrollo de las nuevas tecnologías no avanza al mismo ritmo tal capaz de reemplazarlas.

Sometida a la dinámica general y a los cambios que la misma sociedad registra, la radio ha ido evolucionando con tendencias muy firmes en los últimos años que sin duda aumentarán en lo inmediato.

Tal vez la mas fuerte es la creciente participación de la ciudadanía. Sería ingenuo pensar que esa participación es solamente abrir líneas telefónicas para la audiencia. Hoy los programas se llevan a la calle y muchas veces se hace desde allí. Pero la manifestación mas evidente se refiere a la temática en general. La gente es hoy principio y destinatario en la elaboración de los programas y los mensajes.

Hasta tal punto es así que cuesta imaginarse hoy a un hombre vinculado con el medio decir que va a hacer un programa radial que a él le interesa hacer. Esto era común, sin embargo, veinte o treinta años atrás.

Aunque hay que convenir que el oyente de radio, en general, guarda mayor fidelidad hacia la emisora o a un conductor que el espectador, esto no es un contrato de por vida.

Si la gente se ha convertido en una gran protagonista de la radio, ella necesariamente se buscará en el dial, sin puntos fijos. No cabe, pues, esperar grandes cambios y si apreciar una profundización de las tendencias.

Así, al menos, lo anticipan los responsables de las radios líderes, y en esto, ellos tienen la palabra, aunque no el micrófono.

LA RADIO NOCTURNA

La radio tiene una amplia dimensión que lleva a ser instrumento eficaz para encarrilar a las masas y al mismo

tiempo sirve como elemento eficaz en

los casos en los que solidaridad humana necesite un vehículo mediato que sirva de unión entre los hombres.

La radio por la noche, sin embargo, tiene una dimensión especial, en primer lugar porque la audiencia es muy definida, muy concreta.

En muchas horas de la programación nocturna, el oyente se encuentra con el hecho de que los programas que se emiten tienen la misma temática: O deportes (habría que decir fútbol), o consultorios en donde los hombres y las mujeres dejan sus problemas como una catarsis que debe funcionar, porque el filón no se agota.

Pasamos a las emisoras que emiten en modulación de frecuencia –la popular FM– y entonces nos encontramos con un panorama diferente.

Las características que presenta una radio nocturna son muy particulares: Es como que te diriges a gente que está escuchando solamente a ti, ya sea, entre otros motivos, porque se sienten solos, están enfermos, o trabajan de noche, la diferencia que existe con los oyentes que escuchan la radio durante el día es que éstos no están prestándole toda la atención, tienen la cabeza en otro lado, están trabajando o realizando otras tareas.

Para trabajar en una radio nocturna, en la mayoría de los casos el locutor debe adaptarse a ciertas características (por ejemplo saber amoldar la voz para una radio que funcione de noche); aquí todo se desarrolla en un

ambiente muy tranquilo en el cual la gente puede expresar opiniones, ideas, sentimientos. En otros casos, los que eligieron este horario fue porque querían vivir la experiencia de trabajar en una radio durante la noche ya no el día.

La radio nocturna está dirigida para gente de cualquier tipo de edad, pero sobre todo los radio escuchas dado que son gente adulta, los jóvenes que estudian de día, prácticamente no la escuchan porque deben descansar lo suficiente para rendir al máximo el día siguiente.

El objetivo de la radio durante este horario es poder estar con la gente aunque sea a través de un aparato electrónico: Hacerle compañía,

escucharla, entenderla, ayudarla y aprender de los problemas de los demás, para poder compartir sus emociones, sentimientos, inquietudes, alegrías,...

Al principio, cuando se comienza a trabajar en este tipo de radios, resulta difícil, pero luego, y con el apoyo de todos los que te rodean, y a medida que pasa el tiempo, los que trabajan en ella se acostumbran amoldándose a los horarios nocturnos.

SATÉLITES ARTIFICIALES

En los últimos años, la tecnología satelital ha recobrado gran importancia en el terreno de las comunicaciones. El desarrollo de la fibra óptica parecía que iba a obstaculizar la evolución de los satélites artificiales

de comunicación, como consecuencia de sus características de transmisión (Velocidad, Capacidad, Durabilidad), pero pocos pensaron en los diversos retos que debía enfrentar esta tecnología de comunicación (geográficos, climáticos, y sobretodo financieros).

Para cumplir el propósito de ampliar las comunicaciones, integrando todos los rincones de la tierra, la exploración terrestre no ha sido suficiente. La fibra óptica ha proporcionado grandes ventajas en materia de

comunicaciones, pero los altos costos de inversión para su desarrollo se han convertido en una limitante muy importante. Por tal motivo los satélites

artificiales de comunicación aún se presentan como una buena opción. Relativamente los costos de inversión son menores, y el alcance es mayor.

Prácticamente a principios del siguiente siglo, no habrá punto en la tierra sin la posibilidad de comunicación. Las barreras físicas que apartaban zonas enteras de los cinco continentes, como desiertos, montañas, océanos, selvas y polos glaciares ya no serán un obstáculo para las comunicaciones. Los satélites artificiales proporcionarán cobertura a regiones donde la comunicación por redes terrestres es prácticamente imposible, o sumamente costosa. Por ejemplo La Alianza Global Loral, , repartirá servicios de video que incluyen difusión de televisión, aplicaciones de señal directa al hogar, televisión empresarial, servicios ocasionales, noticias, servicios de Internet, voz y datos. Estos servicios se ofrecerán a lo largo del continente americano y Europa, y durante este año se extenderá su cobertura hacia Asia/Pacífico, India, Rusia, el Medio Oriente y Sudáfrica.

Aunque las transmisiones satelitales también tienen algunas desventajas como las demoras de propagación, la interferencia de radio y microondas, y el debilitamiento de las señales debido a fenómenos meteorológicos (lluvias intensas, nieve, y manchas solares), las ventajas son mayores. Por tal motivo, muchos países cuentan con un sistema satelital de comunicaciones