

SEMINARIO DE MONOGRAFÍA

Grupo de investigación

Género Infantil: Programas Infantiles de los 50's a los 80's

Coordinador del grupo de investigación

Sandra Ruiz

Integrantes del grupo

Nathalia Moya

Nathalia Ruiz

Andrés Rubio

Primera Etapa

Investigación en bibliotecas públicas, (sólo información de libros) de Programas Infantiles de los 50s a los 80s, todo lo que corresponde a:

Programas, seriados, películas, propaganda, cortometrajes, documentales, publicidad etc.

Bibliotecas: Luís ángel Arango, Nacional, Virgilio Barco y Tintal.

Por cada libro o información encontrada realizamos una Categoría de análisis, es decir:

En fichas bibliográficas por libro: Nombre del libro, autor, fecha, edición, editorial, dónde se encuentra, resumen del libro y enfoque teórico del libro.

Segunda Etapa

Determinamos enfoque teórico de la investigación

Selección de información

Artículos de periódico, informes, documentos, análisis referentes al tema.

Bibliotecas: Luís Ángel Arango y Virgilio Barco.

Etapa Final

- Evaluación de la información.
- Selección de la información adecuada.
- Teorías y narrativas de programas Infantiles: Internet
- Parámetros y bases para la realización de programas infantiles: Entrevistas a realizadores de programas infantiles de RCN, Caracol TV y City TV.
- Comparación de programas actuales en Colombia en canales como RCN, Caracol y City TV.
- Listado de programas desde los 50s a los 80s.

Tabla de Contenido

- 1- Televisión Infantil
- 2- Programas infantiles de televisión años 50's a 2000
- 3- Entrevista
- 4- Parámetros para crear televisión infantil
- 5- Conocimiento actual sobre la televisión y cómo llegar al niño
- 6- Los niños en los medios
- 7- Contenidos para niños
- 8- Experiencias en Televisión
- 9- Publicaciones
- 10- El 4 de abril de 1961 nace la TV educativa
- 11- Historia de la Serie LIS
- 12- Transformers: renace el fenómeno
- 13- El Pato Donald cumple 70 años
- 14- Referencias bibliográficas**

TELEVISIÓN INFANTIL

Después de la de los 60s hasta los 80s y 90s, los programas que se veían en la pantalla chica eran en su mayoría extranjera: inglesa, venezolana, japonesa, mexicana, americana, había gran ausencia de producción colombiana.

La televisión infantil colombiana lleva pocos años al aire, un gran ejemplo de eso se puede reflejar en Jack el despertador, Club 10, Bichos biches, entre otros. El primer dibujo animado que llegó al país fue Mickey Mouse en blanco y negro.

Y es que a pesar de que una investigación adelantada por el Instituto Nacional de Radio y Televisión de Colombia en el año 1982 hablaba de la inexistencia de la denominada franja infantil, esta gran verdad de que los niños son televidentes en importante proporción a lo largo del día y parte de la noche y no se limitan a los horarios asignados, ha sido sistemáticamente ignorada para efectos comerciales y de la ley.

Como consecuencia de esto, no se ha llevado a cabo una efectiva regulación de los contenidos de los programas emitidos en horarios de fácil acceso para niños y jóvenes. Además de cuidar si los programas contienen temas de sexo y violencia moderada, tanto la comisión Nacional de Televisión como los padres y la sociedad en general se tienen que cuestionar por la pobreza educativa de la oferta televisiva nacional, por la incapacidad de los noticieros y sus veloces formatos, para dar cuenta de la complejidad de los hechos y acontecimientos que se construyen a diario en el país, debido al poco esfuerzo intelectual que realiza la producción nacional en horario prime y la ausencia de producción infantil nacional.

PROGRAMAS INFANTILES DE TELEVISIÓN AÑOS 50'S A 2000

Años 50

- Mickey Mouse
- Pato Donald
- Tom & Jerry
- Felix el gato
- Popeye
- Loony Toons.

Años 60

- Pluto
- Superman
- La mujer maravilla

Años 70

- Winnie Pooh
- Topo Gigo
- El chavo del 8 y sus personajes
- La Guerra de las Galaxias
- Revivamos nuestra historia
- Profesor Yarumo
- Los Dumis

Años 80

- Barrio Sésamo
- Plaza Sésamo
- Los Dumis
- Pequeños Gigantes
- Dejémonos de Vainas
- El llanero solitario
- Geageo
- Oki Doki
- La abeja maya
- Los ositos cariñositos
- Los barba papa
- El tesoro del saber
- Candi
- Los transformets
- A toda música

Años 90

- Padres e hijos
- Conjunto cerrado
- De pies a cabeza
- Sailor Moon
- Caballeros del Zodíaco
- Súper Campeones

Año 2000

- Betty Toons
- Francisco el matemático
- Sin cédula
- Club 10
- Jack el despertador
- Bichos biches
- Poke Mon
- Yi-Gi-Oh
- Little People

ENTREVISTA

Pedro Hernández, Director del Programa Infantil Bichos Bichez, Canal RCN.

Es necesario que sepas que estas opiniones no constituyen necesariamente la posición oficial del Canal RCN... en el contexto que vayas a utilizar estas opiniones tienes que aclarar que se trata de opiniones del libretista de Bichos Bichez: Pedro Fernández

¿En que se basan para realizar programas infantiles?

Sólo puedo hablar desde nuestra experiencia.

Existen programas sin enfoque y aún así, en algunos desafortunados casos, estos programas prevalecen.

Bueno, RCN tiene varios años de experiencia en la elaboración de programas infantiles. En la cabeza de este nuevo equipo se encuentran Toni Navia (Pequeños Gigantes. Oki Doki) y Mariana Ferrer (Franja Metro) ganadora de premios de televisión infantil a escala nacional e internacional.

Sin embargo, creo que lo anterior no contesta la pregunta. Bichos Bichez, específicamente, se mueve en dos grandes contenedores: divertir y formar en valores. Formar en valores suena a lugar común, pero la apuesta de Bichos Bichez es fortalecer valores que los niños y niñas aprendan en casa o en el colegio. Sin dejar de lado el entrenamiento, recordemos que no somos televisión educativa.

¿Cuál es la narrativa televisiva para este estilo de programas?

Desde la perspectiva de los elementos formales, el lenguaje audiovisual que maneja Bichos Bichez es en resumen:

Agilidad (cámaras subjetivas y no ancladas a trípode.. apoyo en libretos e investigación, pero al final, dejamos que los presentadores se expresen con naturalidad.

Vivacidad (contrastes permanentes de colores y sonidos)

Interactividad

Actualidad (gracias a que salimos en vivo y en directo)

Heterogeneidad (combinamos diferentes formatos en la misma franja)

¿Qué teorías se conocen para realizar este tipo de programas?

Los programas de televisión (y no sólo los programas infantiles) no suelen sustentarse en teorías...(teorías psicológicas, antropológicas, etc.). Existen experiencias que se recogen y ensayan.

Lo más cercano a teorías serían los marcos conceptuales de los libretistas, de los investigadores y de los realizadores.

De todos modos hay cosas claras:

Hay que saber de televisión

Hay que saber de niño (o al menos conocerlos y quererlos)

Y finalmente: hay que tener datos, agilidad mental, capacidad de conectar conceptos.. porque los niños y niñas tienen capacidades muy superiores a la de

los adultos en términos cognitivos. Esto quiere decir que a los niños y niñas difícilmente se les puede ganar con improvisación.

¿Cómo hay que llegarles a los niños mediante un programa?

“Quien pueda responder esto con efectividad, habrá resuelto el enigma de la televisión infantil a nivel mundial”

Hay programas que funcionan y otros que no. Muchos dirán que hay que llegarles con muñecos, otros con personas de carne y hueso, otros con música... la verdad es que no se sabe. La experiencia solo te sirve para calcular pero en la práctica todo esta por probarse...

Cada generación de pequeños televidentes es diferente a la anterior. Cada estrato socio económico, cada niño y niña con sus particularidades familiares es un universo en sí mismo... de lo que se trata es de preparar materiales con responsabilidad y creatividad y esperar que tengan acogida.

El “como hay” entra en el terreno del “debe ser”... no hay fórmulas a prueba de fallas.

¿Sabe en que se diferencian las narrativas que se utilizaban para realizar programas infantiles antes y cómo son ahora?

Creo que ahora hay menos miedo a experimentar. También es cierto que la tecnología nos brinda posibilidades que antes no existían.

Lo que no ha cambiado es:

La función emotiva-pedagogía de la repetición

La fragmentación para conservar la atención.

El claro entendimiento de que los niños y niñas no son tontos y son exigentes.

Parámetros para crear televisión infantil

Hay que partir que la televisión como medio de comunicación tiene una responsabilidad social y la infantil pretende enseñar, entretener, informar y acompañar a los niños, aunque mal enfocada también puede influenciarlos de manera deseable.

La TV es el instrumento que mejor adapta su función a la formación de valores, de modos de vida, de estereotipos etc., que al medio el convienen.

Transmitir y formar estereotipos sociales en los cuales se presentan directa o indirectamente, mensajes que conforman una actitud, siendo esta influencia mayor en los niños quienes son moldeados en muchos aspectos por estos mensajes de televisión.

Enfocada a que aprendan muchos valores sociales como: cooperación y ser amables con los demás y aspectos relacionado con su escolaridad.

De hecho en muchos niños” en desventaja” se recomienda 2 horas diarias de TV para de esta forma ayudar en el aprendizaje, divertir y formar valores.

-Aprender sin dejar de lado el entretenimiento, recordemos que no somos televisión educativa.

-Destacar algo con lo que los niños se sientan identificados.

-Situaciones cotidianas: Cercanía con la realidad.

-Fomento de valores.

-Sencilla, clara que no se tome para malas interpretaciones, mediante la mezcla de imágenes con sonido.

Situaciones divertidas, que llamen más la atención.

-Imaginación: Animar objetos, darle papeles humanos a los animales.

-Relación entre ficción y realidad.

-Lenguaje común y más si se incluyen palabras que los niños tienden a utilizar.

-Efectos audiovisuales y situaciones irreales para que sepan diferenciar uno de lo otro.

-Colorido llamativo para atraer más y llegarles el mensaje.

-Procesos de imitación de sensibilización, identificación y miedo, a partir de los cuales la persona modifica o adquiere nuevos patrones de comportamiento ya sean buenos o agresivos a medida que el individuo se expone a este tipo de escenas.

-Situaciones paralelas: Mostrarles que es correcto y que no lo es.

-Aprenda desde lo más básico de la vida hasta cosas extraordinarias, fáciles de hacer como recetas de cocina o manualidades.

-Proyectar estereotipos en relación a aspectos raciales, sociales, culturales, sexuales, así como también hábitos alimenticios.

MÓNICA BAQUERO. Coordinadora de Franja Infantil Canal City TV.

Sin Cédula-City TV

monbaq@citytv.com.co

Conocimiento actual sobre la televisión y cómo llegar al niño

En primer lugar, hemos de hablar del importante papel socializador que la televisión posee. Los medios modifican el ambiente introduciendo a los niños en el conocimiento de culturas distintas a la nuestra, al tiempo que presentan comportamientos valores e ideas propias de nuestro sistema social que más tarde serán aprehendidas y apropiadas por los espectadores para su integración en el entorno social.

La televisión se convierte así en transmisora de una cultura, de una realidad, que el niño aprende a veces inconscientemente, pero que es casi siempre reflejo de su entorno social. Pero hay que considerar también otros aspectos. Como establecen Salomón, G. y Martín del Campo, A. en 1986, entre la emisión televisiva y sus efectos en el espectador median relaciones interpersonales que repercuten en la información y en el refuerzo social.

Entre estas variables mediadoras o de procesos, encontramos: los padres, otros agentes, conocimientos y experiencias previas del contenido televisivo, aspectos individuales y sociales y otros aspectos.

Respecto a los efectos que el medio televisivo puede producir en el aprendizaje, éstos son de diversa índole. Es de suponer que el acceso a las experiencias mediatizadas que conlleva la televisión vaya con frecuencia en detrimento de las experiencias directas, convirtiéndose estas representaciones en elementos sustitutivos del contacto directo con la realidad. En esta línea se ha pronunciado Joan Ferrés, exponiendo la necesidad de ofrecer pautas de interpretación y de análisis crítico sobre el medio a las nuevas generaciones, puesto que la televisión se ha convertido hoy en instrumento privilegiado para educar, compartiendo con la escuela esa parcela para la educación y el aprendizaje.

El niño realiza sus primeros aprendizajes a través de **la observación, experimentación e imitación y en este aspecto la televisión actúa como instrumento que mediatiza e interpreta la realidad, ofreciendo importantes modelos de realización para el niño**. Pero al mismo tiempo que la televisión puede ofrecer experiencias enriquecedoras para el aprendizaje del niño, mostrándole modelos prosociales de conducta, puede también mostrar modelos antisociales o violentos, que el niño puede aprender y realizar, tal y como han señalado en sus diferentes trabajos Liebert, Vilches y Ferrés.

Destacamos por ello la importancia de realizar un adecuado control social de la televisión, sometiendo a revisión los contenidos televisivos y adecuándolos a las características de los espectadores, a su nivel de desarrollo, conocimientos, necesidades afectivas y capacidades de aprendizaje. Solo de este modo el aprendizaje mediado ofrecido por la televisión potenciaría determinadas habilidades cognitivas y comportamientos sociales.

En el aprendizaje del lenguaje, la televisión juega también un papel crucial. Dada la importancia que posee **el lenguaje en el desarrollo del pensamiento infantil y la influencia que los mensajes televisivos tienen para ese pensamiento en desarrollo**, en este caso el medio podría servirnos de instrumento para potenciar las capacidades lingüísticas orientando sus efectos adecuadamente.

Es pues necesario adecuar el lenguaje a los espectadores infantiles con el fin de facilitar la comprensión de los mensajes. Nos parece interesante citar la importancia que los recursos técnicos del medio y su utilización tienen sobre la atención y comprensión de los mensajes por los espectadores, pudiendo favorecer enormemente estos aspectos si su utilización es correcta.

Otra importante influencia que la televisión produce en el espectador, como bien señala Joan Ferrés, es la transformación de **hábitos perceptivos, que implica una modificación de los procesos mentales, al tiempo que crea la necesidad de una hiperestimulación sensorial**. El medio televisivo a diferencia de otros medios, como el verbal, va a privilegiar la percepción sobre la abstracción, lo sensitivo sobre lo conceptual. Es natural por tanto, que tienda a provocar respuestas de carácter emotivo más que de carácter racional.

Otro de los efectos que potencia la narrativa televisiva y que el autor nos comenta es de la necesidad de inmediatez y el sentido de la impaciencia, dada la multiplicación y superposición de imágenes e informaciones a que el medio habitúa al espectador. Dicha hiperestimulación sensorial es la que incrementa aún más la gratificación instantánea.

Por otro lado y siguiendo la Teoría del Desarrollo Cognitivo de Piaget (Vilches, 1993), la cual ha centrado sus investigaciones en el estudio preceptivo y el comportamiento de la atención de los espectadores infantiles en programas televisivos, podemos concluir que el niño aparece como un agente activo que desarrolla más eficazmente las habilidades cognitivas mediante la maduración e interacción con el entorno. Estas habilidades se van incrementado en el niño con la edad de tres formas:

Mediante la discriminación de imágenes y palabras. Los niños pequeños tienen más dificultades que los mayores para discriminar los detalles de las imágenes, aspecto que lleva consigo la disminución del recuerdo visual. Pero esta habilidad en los niños para el recuerdo de imágenes aumentará conforme lo haga su capacidad para describir verbalmente los objetos (Neisser, 1967).

La relación entre unidades visuales y sonoras. El procesamiento de estímulos visuales mediante el uso verbal parecer ser la estrategia normalmente usada por los niños mayores.

Habilidad para integrar acontecimientos ocurridos en secuencias temporales diferentes. Según Piaget (1972) los niños confunden la sucesión de eventos en el tiempo y tienden a identificarlos con objetos.

Dicha teoría sobre el conocimiento o habilidades cognitivas en los niños, puede a su vez conjugarse con la teoría de la información para aclarar otros efectos referentes a la información visual o sonora que los niños retienen en su memoria, la clasificación que hacen de la misma, o como la usan en su conducta posterior (Vilches 1993).

La televisión actúa también como vehículo importante para la apropiación de esquemas de acción y conocimientos de diversa índole. El aprendizaje de las distintas operaciones y esquemas espacio-temporales no son fruto de la herencia, sino producto de la actividad interactiva que el niño realiza con su medio próximo y la televisión juega aquí un papel crucial como coinciden en afirmar los autores Vilches, Cebrián y Ferrés.

La televisión puede así ofrecer al niño un amplio abanico de conocimientos sobre el mundo, acontecimientos que en él tienen lugar, la secuenciación de eventos en el tiempo y su comprensión. Al mismo tiempo que las consecuencias que de ello pudieran derivarse.

Por esta razón y como ya hemos señalado anteriormente, es necesario estudiar detenidamente el contenido de los mensajes televisivos si queremos que los conocimientos y esquemas de acción que este medio transmite sean adecuados al nivel de desarrollo en que el niño se encuentre y sirva para potenciar sus capacidades y habilidades de aprendizaje.

La televisión como cualquier otro medio de comunicación puede producir efectos positivos o negativos en el espectador dependiendo de las características del contenido que transmita. El autor M. Liebert, dedica gran parte de su obra "La televisión y los niños" a hablar de la violencia televisiva.

En cualquier caso, este efecto así como otros efectos antisociales que puede producir la televisión en el espectador, serán fruto de una programación o selección de mensajes, muchas veces inadecuados al público receptor, sus expectativas y capacidad para comprender el contenido y saber valorarlo adecuadamente. Por tanto podría afirmarse que la televisión "per se" no produce tales efectos negativos. Es importante una cuidadosa selección de los mensajes emitidos en televisión, fundamentalmente cuando éstos van dirigidos a los niños, los cuales pueden llevar a cabo por mimesis la misma apropiación de los comportamientos y actuaciones antisociales que de aquellos prosociales.

Todos hemos oído alguna vez frases del tipo "La televisión fomenta actitudes pasivas en el niño, es nefasta para su adecuado desarrollo o no puede enseñar nada que el niño no aprenda mejor por sí mismo". Sin embargo, de las investigaciones y trabajos revisados se deduce que tales afirmaciones no son en

absoluto ciertas. De hecho la mayoría de las hipótesis formuladas por los investigadores sobre la atención y la comprensión se basan en la evidencia de que los niños mantienen un nivel de actividad frente al televisor. El espectador infantil ante la televisión busca la interpretación de los mensajes que se le ofrecen.

En la misma línea Manuel Cebrián (1991) dice: "La televisión no emite sus mensajes en un vacío ideológico y los espectadores no son meros sujetos pasivos de tales discursos". Por el contrario algunas posturas resaltan los efectos nocivos de la televisión, efectos tales como la pasividad y adicción que pueden producir en el niño dicho medio. La disminución de su actividad normal de juego y otros efectos de tipo psicológico y comportamental. Tal es el caso de la autora Alejandra Vallejo-Nágera, que en su obra "Mi hijo ya no juega, sólo ve la televisión" nos habla de los efectos nocivos de la televisión, los cuales se acentúan en los niños.

En cualquier caso, y en nuestra opinión, tales efectos no serían producidos por la televisión, sino por el modo en que se expone a los niños a la utilización de este medio. Nos encontraríamos más bien ante una teleadicción al medio, que produciría efectos negativos, pero no por tratarse del medio televisivo, ya que ocurriría también en la interacción al niño con otros medios si ésta se lleva a cabo de la misma manera.

Evidentemente el aprendizaje directo que el niño realiza al interactuar con su entorno próximo es más rico en experiencias que el realizado a través de un medio como la televisión, que hoy por hoy, no permite el feedback inmediato, pero no por ello la televisión ha de ser considerada como un instrumento nefasto o no apto para el desarrollo del niño.

Consideramos por ello que sería interesante aprovechar la curiosidad por conocer que poseen los niños, su afán por manipular, jugar y descubrir, para adentrarlos en el funcionamiento interno, los métodos, recursos técnicos y lenguaje audiovisual de que se vale la televisión. Con el conocimiento sobre el medio, el niño adoptaría ante la televisión una postura de distanciamiento que se traduciría en una mayor capacidad crítica y madurez para afrontar la diversidad de imágenes e informaciones, a veces inconexas, que el medio transmite y poder así valorarlas.

La televisión puede ser pues un elemento importante de sensibilización y concienciación, un elemento potenciador de capacidades y aprendizajes en el niño.

http://www.ieev.uma.es/edutec97/edu97_c4/2-4-10.htm

Referencias Bibliográficas

Título: “Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios”

Autor: María del Carmen García, Galera

Editorial: Gedisa, Abril 2000

Se encuentra en la Biblioteca Virgilio Barco Número: 320.234

Resumen

El estudio de los efectos de los medios de comunicación en la infancia. El libro lleva a cabo una exhaustiva recopilación de las principales teorías e investigaciones sobre los efectos de la televisión y particularmente, aquellas que han tratado de explicar la influencia de la violencia televisiva en la infancia.

La autora contrasta estas teorías con un estudio empírico realizado en España. En él se analiza el grado de influencia que la violencia mostrada en televisión parece ejercer sobre el comportamiento de los niños de nuestro país, sobre su forma de pensar y sobre sus propias emociones,

Enfoque Teórico

La televisión ha sido objeto de estudio y preocupación por parte de un gran número de científicos sociales, políticos, educadores y padres. Una de las principales razones de este seguimiento social y científico se encuentra, sin duda, en los efectos que los programas con contenidos violentos pueden provocar en los receptores.

Título: “Televisión y Violencia”

Autor: Varios autores, Nacional de la Ciencia y Tecnología. Informe presentado al Ministerio de Comunicaciones para la Comisión de estudios sobre televisión y Violencia.

Editorial: Serie Conciencias. Colombia 1988-1989

Se encuentra en la Biblioteca Virgilio Barco Número: 320.234

Resumen

Diagnóstico sobre la violencia, sus incidencias respecto a la programación televisiva y las recomendaciones que se estimen del caso. Investigación profunda sobre violencia desde distintos puntos de vista respecto a la programación.

Enfoque Teórico

No solamente por las circunstancias actuales que vive el país, sino porque el problema de la violencia constituye un tema de preocupación universal, el Ministerio ha puesto todo su interés en el estudio producido por la BBC es el más exhaustivo y complejo. Por ello, se ha distribuido entre programadoras, el Consejo Nacional de Televisión y la opinión pública, con el objeto de lograr in consenso que lleve a la adopción de un código de conducta por parte de las programadoras.

Título: Para leer el pato Donald Comunicación e Masa y colonialismo

Autor: Ariel Dorfman- Armand Mattelart

Editorial: Siglo 21

Fecha de edición: 1972

Se encuentra en la Biblioteca Virgilio Barco Número: 302.23

Resumen

El miedo a la locura de las palabras, al futuro como imaginación, al contacto permanente con el lector, este temor a hacer ridículo y perder su prestigio al frente de su particular público, traduce su aversión a la vida y a la realidad total. Como la comunicación de masas se genera a través de la televisión.

Enfoque Teórico

Para acceder al conocimiento que es una forma de poder, no se puede seguir suscribiendo, con la vista y la lengua vendadas, los rituales de iniciación con que las sacerdotisas de la espiritualidad protegen y legitiman los derechos exclusivos a opinar y pensar.

Es por eso que en este libro se trata de denunciar las falencias vigentes, los investigadores tienden a reproducir en su propio lenguaje la misma dominación que ellos desean destruir.

Título: Conozca la televisión: historia, bases y técnicas

Autor: Patiño Arboleda, J. Fernando Patiño A. y Federico Tortello N.; Il. Miguel Ángel Rodríguez Rossi.

Editorial: Lenner, 1990.

Descripción física: 117 p.: il. (algunas col.,) gráficas, retrs., mapa; 23 cm.

Se encuentra en la Biblioteca Nacional.

COPIA MATERIAL UNICACIÓN NO. CLASIF. Para D.SAMPER 1) 791.45 P17C 1
LIBRO DEWEY

Título: Veinticinco años de televisión colombiana

Educación y medios.

Convenio Andrés Bello. Fundación Antonio Restrepo Barco. Febrero 02 página 13-229

Biblioteca Luis Ángel Arango 200.24

La dinámica de la comunicación masiva, Joseph R. Dominick. Editorial McGrawHill

Capítulo 10 página 281-323

La estructura de la televisión en sus inicios, la televisión de los 60, 80 y 90, e crecimiento de la televisión por cable, producción de programas de televisión, aspectos económicos, la emisión de programas de televisión, la transmisión pública, televisión por cable, la industria de la televisión

“Televisión infantil en Colombia, un paso adelante, dos pasos atrás”

Biblioteca Luis Ángel Arango 200.24

En Colombia si se ha hecho televisión educativa

Disfrute de un guía que le permitirá descubrir los programas de televisión hechos en Colombia que han puesto en evidencia el papel educativo y pedagógico de la pantalla chica. Estas experiencias, seleccionadas por un grupo de expertos en el tema de la comunicación, se destacan no sólo por su calidad sino también por sus logros y esfuerzos.

Conciencias: Franja Infantil de Televisión

Para Conciencias despertar el interés de los niños y niñas colombianos por la ciencia y la tecnología es uno de los propósitos dentro del esquema de apropiación social del conocimiento. Por eso apoya varios programas orientados a la población infantil. Uno de estos es la creación de historietas de dibujos animados en tercera dimensión que por primera vez se ha hecho en el país para divulgación del tema de la ciencia y tecnología criollas. Las historietas se elaboran a partir de los resultados de proyectos de investigación nacionales desarrollados por profesionales y por los niños. Los capítulos de la serie Pa' Ciencia se emiten sábados y domingos por la franja infantil de televisión privada RCN, una de las cadenas más importantes y vistas en el país.

<http://www.colciencias.gov.co/divulgacion/medios.html>

La calidad nunca es un accidente.

Siempre es el resultado de una alta intención, un esfuerzo sincero y una hábil ejecución. La calidad representa una sabia decisión entre varias alternativas”.

Los niños y las niñas son más que espectadores frente al tema de los medios, son actores sociales, sujetos derecho y consumidores activos de los mensajes mediáticos. Todos los estudios señalan que en Colombia ver televisión es la actividad favorita de los niños; son los televidentes más asiduos, ávidos consumidores de telenovelas y hasta de noticieros. Por ello la relación entre los medios de comunicación y los niños es una preocupación creciente de la sociedad colombiana en su conjunto. La legislación existente, los proyectos de acción positiva y las experiencias a favor de una mejor comunicación para los niños, documentan este esfuerzo nacional. La ruta está trazada pero el recorrido apenas empieza.

Los problemas de la infancia y la adolescencia tienen que asumirse como una prioridad; hace falta un movimiento nacional de transformación por unos mejores medios para una mejor niñez. La preparación de la participación colombiana en la cuarta Cumbre Mundial de los medios para niños y adolescentes que tendrá lugar en Río de Janeiro en el mes de abril del 2004 permitió conformar un colectivo que pretende convertirse en ese movimiento social y comunicativo.

A través del presente documento el colectivo ha querido mostrar cómo es la relación entre los medios y los niños en Colombia y a continuación plantear una serie de compromisos cuyo buen curso puede contribuir a que nuestros niños dispongan de medios de comunicación acordes para ellos, que les den las herramientas para crecer y desarrollarse adecuadamente y que los ayude a convertirse en adultos más felices, conscientes y comprometidos.

Este documento (en su versión completa) desarrolla cinco aspectos:

Los niños en los medios

Según el Índice de Presencia Mediática de los Niños, una investigación elaborada por el laboratorio de medios IPM, entre diciembre 2003 y enero de 2004, la infancia, fue el tercer tema del que más se habló en los medios de comunicación después de la política y el orden público. Los aspectos de desarrollo, supervivencia y participación de los niños fueron los más frecuentes y los que obtuvieron mayor volumen dentro de la investigación.

La información asociada a abuso sexual sólo se publica cuando ha sucedido una agresión, pero no para prevenir ni para destacar una denuncia que hubiera evitado la misma. Sucede lo contrario en cuanto a explotación sexual, porque entidades como el ICBF y el Ministerio de Comunicaciones han hecho pública su preocupación por la pornografía infantil y la facilidad de acceso de los menores a páginas sexuales de Internet.

Los medios se han adherido a esta preocupación y han divulgado contenidos preventivos y educativos sobre el tema. En conclusión la infancia es un tema en la agenda de los medios de Comunicación en Colombia. Sin embargo esta presencia se limita al comentario, la denuncia o las campañas a corto plazo, pero falta profundidad, seguimiento, análisis y debate, elementos esenciales para darle al tema el lugar que se merece dentro de la opinión pública.

La legislación de televisión, los niños como audiencia

La intención

Se han dispuesto dos horarios para la audiencia infantil: de lunes a viernes de 3:55 p.m. a 4:55 p.m. y los sábados, domingos y festivos de 8 a.m. a 10 a.m.

La realidad

Tres versiones se dan cuenta de la realidad:

- La encuesta de calidad de Vida 2003 del DANE indica que los niños ven en promedio 2 horas y 45 minutos diarios de televisión, es decir 20 horas por semana.
- La CNTV por su parte afirma que “los niños ven 3.2 horas diarias de televisión” y que el 70% de ellos ve televisión en la tarde y aumenta al 75% en la noche”.
- Las mediciones del IBOPE del primer semestre del 2003 indican que cerca del 20% de la audiencia total de televisión en Colombia son niños y que ellos ven televisión entre las 7:30 de la mañana y las 10 de la noche, o sea 14 horas y media diarias, lo cual indicaría que hay una población constante de cerca de 600 mil niños como audiencia.

De lo anterior se puede concluir que los niños ven toda la programación y toda clase de televisión. Por lo tanto, la franja infantil no existe y toda la televisión debe ser apta para los niños.

Contenidos para niños

La intención

Aunque se reglamentó que los niños ven televisión de 3:55 a 4: 55 de la tarde, la ley 335 de 1996, Artículo 27, define que “para la correcta prestación del servicio público de televisión, la franja comprendida entre las 7:00 a.m. y las 9:30 p.m. está destinada para programas aptos para todos los públicos.

Si en uno de estos casos se violaren las disposiciones del Decreto 2737 de 1989 (Código del Menor) o cualquier ley que proteja los derechos de los niños, la CNTV impondrá sanciones según la gravedad”. En el conjunto de contenidos, el Código del menor o Decreto 2737 de 1989 es la guía en materia de responsabilidad de los medios de comunicación con la infancia. La legislación de televisión especifica en varios puntos el manejo que se le debe dar a la franja infantil, el Acuerdo 017 de abril de 1997 reúne artículos que regulan el uso de la violencia y del sexo para esta franja. Por ejemplo:

- Violencia: “la violencia no será utilizada como tema para el entretenimiento en las franjas infantil o familiar” (artículo 9)
- Contenido sexual” sólo se presentarán programas de contenido sexual cuando tengan fines didácticos científicos”. (Artículo 16) “no se presentarán comerciales o promocionales o avances de programas que incluyan escenas de sexo”. (artículo 23)
- Violencia sexual: “ No se presentarán programas donde los niños sean autores o víctimas de la violencia sexual o se atente contra el honor o pudor sexuales” (artículos 17)

La realidad

La mayoría de la televisión no es apta para los niños. Según la CNTV, “el 50 % prefiere ver novelas y seriados, mientras el 27.7% ven dibujos animados; las telenovelas colombianas presentan un promedio de 315 escenas violentas por día; los niños dedican más tiempo a ver televisión que a leer; existe escaso control por parte de los padres sobre los programas que ven ellos”.

A pesar de la evidencia, los mecanismos para hacer cumplir las disposiciones de vigilancia y control no se encuentran todavía en un buen nivel de desarrollo y son múltiples las dificultades que enfrenta la CNTV para aplicar con rigurosidad la norma: la orden constitucional que evita la censura supone que la Comisión sople pueda realizar “control posterior” al medio, es decir, sancionar sobre programas ya emitidos; la débil autorregulación de los canales y la falta de comunicación entre estos y la CNTV produce una ruptura entre las políticas y la realidad evidente en la

programación emitida; se suma a esta situación las dificultades para vigilar los contenidos de la programación pública, privada, regional y local.

Más allá de las cifras y las explicaciones se concluye que en Colombia existe la norma pero no se aplica, existen los lineamientos pero no se siguen; así mismo, que los niños ven todo tipo de televisión y que los padres no pueden ser el mecanismo prioritario de control y vigilancia de calidad de contenidos entre otras razones porque mucho del tiempo que los niños pasan frente al televisor, están solos.

Los medios por y para niños

Los niños de hoy no son los televidentes, lectores y radio oyentes del mañana. Actualmente lo son. Sin embargo, los hábitos de uso y consumo de los medios, que se forman o se deforman en esta primera etapa de la vida no son lo suficientemente estimulados por los medios, en las generaciones más jóvenes. Hoy los chicos consumen sin problema días enteros de televisión. Escuchan y llaman a los programas de radio de la mañana que, aunque nos son apropiados para ellos, es lo único que la radio tiene para ofrecerles. Los periódicos por su parte, al paso que van, se van a quedar sin lectores porque, salvo muy contadas excepciones no hacen nada para formar nuevos lectores.

Lo curioso es que a los niños les encanta la radio y la prensa. La mayoría de las instituciones educativas en Colombia editan con las uñas su propio periódico. Muchas han montado, hasta de la manera más rudimentaria, su propia emisora escolar. El Internet es quizá el medio que tiene una relación a largo plazo más asegurada con las nuevas generaciones. A continuación hemos hecho una selección de iniciativas de medios hechos por o para niños que vale la pena resaltar por sus logros y también por las dificultades con las que tratan de salir adelante.

Experiencias en Televisión

Televisión Pública Nacional

Señal Colombia- Canal educativo y cultural

En el año 2004, Señal Colombia, el canal de televisión pública nacional de Colombia, bajo un proyecto conjunto de los Ministerios de Educación, Cultura y Comunicaciones trabaja en el diseño de una programación que tiene como prioridades a los niños, los jóvenes, los valores humanos y la identidad nacional. Asume que los niños, como televidentes, están presentes a lo largo del día y durante buena parte de la noche; por lo tanto, la programación en cualquier horario debe considerarlos como audiencia participante. La programación destinada específicamente a los niños, tendrá una franja en los mejores horarios de Señal Colombia. Así, se asigna el “mejor” horario a la “mejor” audiencia, no a la que más consume.

Televisión Pública Regional

Tele Antioquia/TV13/Canal Capital-

Teleantioquia desarrollando un concepto de canal que en su totalidad respete a los niños como audiencia; TV 13 se dirige prioritariamente a los jóvenes con programas musicales y un especial de valores democráticos llamado “Re-velados valores en línea”; Canal Capital por su parte ha desarrollado una franja infantil llamada “Franja Metro” diseñada bajo el concepto del edu-entretenimiento.

Franja Metro-

Espacio de televisión dirigido al público infantil y producido bajo los parámetros del edu-entretenimiento, la televisión interactiva, la televisión escolar y la capacitación de docentes en el uso de medios e Internet. Se emitió desde febrero de 1999 hasta marzo del 2001, con un público integrado por más de 200.000 niños y un club de 25.000 inscritos, en su gran mayoría, pequeños de los estratos marginales de la ciudad.

Sin Rodeos

Es un espacio de opinión dirigido a jóvenes en Teleantioquia, canal regional de Colombia. Sin Rodeaos invita a participar a todos los jóvenes de Antioquia que estén organizados en grupos de cualquier índole que tenga un impacto positivo en la sociedad, sin distinciones étnicas, artísticas, religiosas o culturales.

Una Caja de Sorpresas

Caja de Sorpresas son 90 minutos de entretenimiento y educación en televisión con imágenes, sonido y mucha música para niños entre 8 y 14 años en toda Antioquia y Colombia. Es un espacio que mueve los resortes de cada sentido con mirada de niño para aprender cosas nuevas sobre el mundo que nos rodea.

Televisión Educativa

Aprender TV, Televisión e Internet en el aula de clase –

Esta experiencia se desarrolla en escuelas públicas de Bogotá. El objetivo principal es brindar a los niños y niñas de clases menos favorecidas, la oportunidad de aprender de una manera divertida y desarrollar estrategias para vincular la educación formal infantil con el uso de los medios masivos de comunicación. Esta propuesta crea una oferta de televisión de calidad, dedicada a promover los derechos de la infancia, los valores ciudadanos y el fortalecimiento de la educación básica primaria. El punto clave es que es necesario acercar la educación de la infancia al uso de nuevas tecnologías, para el desarrollo de competencias que permitan la adaptación a las exigencias del mundo contemporáneo.

Televisión privada

Campañas y Convenios

El Canal Caracol y el Canal RCN desarrollan campañas a favor de la niñez, noticias de carácter positivo sobre la niñez; cuentan con la figura del defensor del televidente que entre sus responsabilidades debe proteger a la audiencia infantil; producen dos programas para los fines de semana. Sin embargo, el concepto que tiene la televisión privada es que los niños no venden y, por lo tanto, los horarios que se asignan a los niños no son los más adecuados. El criterio es económico. Los programas diseñados para niños no desarrollan un criterio de responsabilidad social ni un proyecto ético de respecto a la infancia: En "Club 10" y "Jack" los personajes se dedican a promover el consumo sin criterio, ¡televentas infantiles!

Francisco, El Matemático -

El dramatizado de RCN Francisco, El Matemático nace con una función educativa. Su idea original parte del deseo de que la televisión lograra incidir en el cambio de actitudes y comportamientos juveniles. Salió al aire en 1999, tomando como punto de partida argumental una investigación realizada por el Instituto Distrital de Educación (IDEP), que recopiló historias y anécdotas de cerca de 40 docentes de escuelas públicas de Bogotá.

LA CULTURA EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES EN COLOMBIA

Por Germán Muñoz, Periodista colombiano

Tratar el tema de la Cultura en relación con los medios audiovisuales impone precisar desde el comienzo qué entender por Cultura y cómo enfocar dichos medios. Del primer asunto me encargaré brevemente en seguida, pero desde ahora quiero anunciar el modo en que asumiré el segundo para evitar falsas expectativas. Por su historia y características particulares, el cine se presentaría mejor para ser estudiado y definido en relación con la producción cultural. Sin embargo, me atrevo a decir, que su importancia al lado de las demás artes en Colombia y su limitadísima relevancia en el ámbito latinoamericano y mundial, así como su desigual desarrollo y virtual desaparición en el panorama actual del espacio audiovisual, lo hacen mucho menos significativo que su vástago tecnológico, la televisión. Aunque dedicaré mi atención a este "discurso espectacular", debo aclarar que no voy a caer en la trampa de hablar de los programas llamados "culturales" de la pantalla chica, sino que voy a intentar caracterizar la "cultura electrónica", en la cual todos los géneros programados tienen cabida.

Tal vez ya haya sido objeto de discusión en otros foros, pero no deja de ser importante empezar esta charla fijando una posición respecto a la relación entre Cultura y Medios. Puede parecer evidente que la ópera y los libros tengan relación con la cultura. También se admite que las danzas folclóricas sean cultura. Incluso el cine se ganó su lugar en el parnaso artístico. Pero la televisión se sigue considerando pura diversión, vulgar entretenimiento, especialmente cuando transmite telenovelas o partidos de fútbol.

Sin embargo, si asumimos que la cultura es "el conjunto de procesos simbólicos a través de los cuales se comprende, reproduce y transforma la estructura social", no cabe duda que en la "era neobarroca" se está produciendo una reformulación de la estética, de las formas simbólicas de apropiación de lo social, de la transmutación de objetos en signos, de los escenarios para el intercambio de significados y la objetivación de los deseos, de los rituales que dan sentido a los acontecimientos...

Si al decir de H. García Canclini, todos los actos de consumo son culturales y en ellos prevalecen los valores simbólicos, ver televisión, jugar al nintendo o ir al cine a presenciar la destrucción de Terminator, son actos de una profunda significación social en la vida cotidiana. Los medios no están relegados a la zona oscura del pasatiempo o del objeto técnico intrascendente. Los medios, gústenos o no, producen discursos mediante lenguajes que representan valores y emociones en estilos propios de conocimiento de la realidad. La televisión y el cine son objetos culturales.

Y su historia, como la de su introducción ala vida cotidiana, van de la mano con el acontecer nacional y con la conformación de nuestras identidades culturales.

Recordemos que en sus casi cuarenta años de vida en Colombia (el cine tiene casi setenta), la televisión se ha multiplicado y diversificado increíblemente, invadiendo el escenario de la vida diaria de las mayorías. Hoy, su producción y estilos narrativos, así como su estructura organizativa, se sitúan entre las más destacadas del continente.

En esta minicrónica encontramos que en 1968 se implanta en Colombia el Centro Audiovisual Internacional -CAVISAT- con el propósito expreso de "desarrollar una política de educación accesible a todos los latinoamericanos, quiéranlo éstos o no". Acotemos que se ha tratado de educación para el consumo, de circulación de la cultura por los mismos circuitos de la economía, en permanente integración y distanciamiento de ella.

El maquillaje educativo que aparece en superficie, no ha logrado paliar el propósito modernizante. Los medios audiovisuales son básicamente canales de acceso al universo tecnológico.

El satélite aparecerá luego como la herramienta más refinada para la extensión cultural. Su conjunción telemática con el computador, hace de la pantalla electrónica el soporte privilegiado del nuevo lenguaje de Adán.

A finales de los años 70 la extensión de la TV será una de las fórmulas para "integrar" el territorio nacional y en 1982 mediante el Centro Regional de Informática se propondrá la reestructuración entera de la sociedad. Más recientemente, en el gobierno Barco, el eje de la apertura y mundialización económica, se hace con base en la adopción de nuevas tecnologías de comunicación (cable, telefonía celular, todas las peri-televisiones...). No cabe duda, en nombre de la modernidad, la cultura electrónica se ha instalado en nuestras vidas.

Detengámonos un momento en una tipificación del cine. Su introducción a Colombia se remonta a la segunda década del siglo. Desde sus comienzos recoge escenas de nuestra historia, de nuestro paisaje, muestra nuestros rostros y formas de hablar y de vestir.

Se le ha llamado con razón el séptimo arte, la fábrica de sueños, mágica ilusión de realidad. El cine, según McLuhan, nos permite enrollar el mundo real en un carrete para poder desenvolverlo luego como si fuese una alfombra mágica de fantasía. Su alto grado de iconicidad lo vinculan directamente con toda una tradición artística orientada hacia la mimesis, a la vez que su dimensión temporal lo orienta hacia las áreas de la narratividad. Y en tanto lenguaje, hereda del teatro la visualización socializada. En su calidad de acto comunicativo inscribe el movimiento en la visión de la vida, e introduce así un nivel participativo entre la obra y el espectador.

El espectador de cine vive la clara sensación de estar asistiendo al mero desenvolvimiento de la realidad ante sus ojos. Esta ilusión es el resultado de un dispositivo que produce el efecto de sujeto, es decir, que materializa el deseo inherente a la estructuración del siquismo humano, de la cual la impresión de realidad parece ser la clave.

Por todo lo anterior, el discurso cinematográfico difiere radicalmente del discurso televisivo. Tanto el cine narrativo como el documental tienen un diseño referencial, una enunciación no subjetiva, una puesta en escena que moviliza el espacio off en continuidad y homogeneidad con el campo visual. Bien podríamos dedicarnos a un prolijo análisis de los más y los menos del cine colombiano. Dejemos en el aire algunos interrogantes claves: ¿De qué realidad habla? ¿Qué imaginarios sociales ha

construido? ¿En qué forma representa nuestras identidades culturales? ¿Cómo evoluciona en la dinámica histórica reciente?

Glosando ahora a J. González Requena, vamos a la televisión. No se trata sólo de un aparato industrial o un instrumento tecnológico o un medio de comunicación de masas. Es, desde el punto de vista cultural, un fenómeno discursivo y espectacular.

La totalidad de la programación televisiva constituye un macrodiscurso con múltiples fragmentos (cada uno de los programas), que, sin embargo, poseen una coherencia superficial y que dan la impresión de continuidad a pesar de su heterogeneidad. La programación televisiva funciona como una muñeca rusa, en la que se contienen infinitos y diversos géneros y estilos, en múltiples canales a la vez. Este particular discurso se presenta como si fuera interminable, permanente, como un "jardín de senderos que se bifurcan y proliferan incesantemente", y a la vez como una polifonía en la que múltiples voces se recubren e intercalan.

El espectador de este discurso es un espectador que consume sus programas en una relación espectacular con ellos, en donde la comunicación es un puro simulacro. Consume a trozos un espectáculo ininterrumpido, un mundo de fantasmas accesible únicamente a su mirada (no a su cuerpo), un ritual profano en el cual la relación estética está mediada por la exhibición, la seducción, el juego del deseo a través de la mirada.

Se introduce y niega hasta los espacios de intimidad, se convierte, en cuanto mueble, en pieza clave del interior hogareño. En su multiforme habilidad se descubre compatible con las más variadas actividades del sujeto, desde la comida al sueño, desde la defecación hasta el acto amoroso. Se trata, dicho de manera brutal, que la televisión tiende a convertirse no sólo en el único espectáculo -pues se ha apropiado de todos los demás, los ha devorado y desnaturalizado a la vez- sino en el espectáculo absoluto, permanente, inevitable. y son tales los efectos eco lógicos de esta revolución en la historia del espectáculo que la relación que la sustenta -plenamente concéntrica, hasta el extremo de negar el cuerpo y sustituirlo por su imagen luminosa- tiende a negar cualesquiera de las otras formas de relación: tanto el carnaval como la ceremonia, la intimidad como la relación estética parecen verse excluidas progresivamente de un universo cultural monopolizado por el espectáculo electrónico.

La cultura electrónica bien podría ser definida como la cultura de la absoluta accesibilidad. Pero el precio de esta omnipresencia, de esta cotidianización, es su desacralización: la ausencia de esfuerzo y de trabajo en el espectador, la sistemática banalización y fragmentación del discurso, la tendencia a la absoluta obviedad y redundancia... En una sociedad urbana intensamente individualizada (y al mismo tiempo masificada) el discurso televisivo dominante produce un entorno social al alcance del individuo. Así, cuando los vecinos ya no son más que formas huidizas cuyas miradas apenas se encuentran en el ascensor, los telefilmes brindan al sujeto un nuevo vecindario electrónico, que, como el del pasado, constituirá uno de los repertorios básicos de conversación.

En la cultura electrónica, la imagen televisiva confirma la verdad de los hechos. Para el niño, para las nuevas generaciones, el primer contacto con la gran mayoría de los objetos, de los paisajes, de las situaciones, se produce a través de la imagen televisiva. En ese mundo, el cuerpo del hombre y el de sus objetos, a pesar de ser continuamente invocado a través de las imágenes, se halla, sin embargo, cada vez más intensamente denegado.

La televisión está ahí, delante de nosotros. Esa es una verdad suprema. Quien sea que esté ahí, en el escenario, me mira, nos miramos, estamos siempre en contacto. La única relación posible en ese universo espectacular se realiza con esa realidad ilusoria (de enorme atractivo físico, de gran sentido del humor, de perspicacia e inteligencia increíbles...), con ese espacio en donde siempre hay risas y aplausos, espectadores y vedettes, permanentes estimulaciones visuales que destacan hiperbólicamente el look del intérprete y el universo del star-system, donde se mezclan indeterminada y confusamente información y ficción, artificiales ensaladas de actualidad deportiva en vivo y en directo con sistemática reconstrucción de dramas cotidianos interpretados con gestos creíbles.

El espacio propio de ese espectáculo es el dulce hogar, sus más íntimos rincones, las redes comunicativas intrafamiliares que poco a poco se ven fracturadas por la permanente renovación de la estimulación visual.

Cuando lo seudopúblico se introduce violentamente en la alcoba (médicos, cocineras, presentadores de noticias y concursos) sus gestos y saludos y fanfarrias y conversaciones doctas y visitas ecológicas y pretendidos music-halls... son el reino kitsch de la seudointimidad espectacular, de la simulación inverosímil, de la farsa histriónica, de la puesta en escena de lo natural fingido.

En ese ámbito tan particular el espectador, aunque no puede dudar de su percepción, porque ve objetos y sucesos, cadáveres y besos que parecen reales, sin embargo, los vive como dotados de un grado inferior de realidad, como partes de un universo imaginario en el que no puede intervenir. Y lo entiende como un dispositivo de seducción que lo amarra a ese cordón umbilical visual, a veces con la voz autorizada de la ciencia, a veces con la promesa erótica incontenible, con ironía o broma, con ambiguos gestos de pretendido despegue... que instalan mecanismos de voyeurismo y exhibicionismo a la vez.

En este espectáculo regido por la lógica del espejo imaginario, el spot publicitario es la quinta esencia donde el deseo se actualiza en todas las variantes, ofreciendo satisfacción en objetos de consumo, apelando ala complicidad y al acceso fácil a través de la mirada.

La construcción del sujeto en la cultura requiere de su apropiación en el plano simbólico de la esencia del conflicto humano. Y este conflicto aparece representado en relatos, mitos, historias narradas de viajes, luchas y odiseas, en las cuales el fondo será siempre el afrontamiento de la ley y del deseo entre el momento del orden inicial perturbado y la puesta en suspenso que culmina con un desenlace restaurador. Esta estructura narrativa tiende a romperse o eclipsarse en el discurso televisivo dominante. En el noticiero, el dramatizado o el concurso, todo se supedita a producir estímulos visuales que satisfagan el deseo inmediato del espectador. No hay trama, no hay sentido, hay una simple estrategia de tensión.

En donde más claramente se produce esta hipertrofia cancerígena es en las telenovelas, que se convierten en relatos sin fin, en terribles culebrones que valiéndose de todos los fetiches y técnicas, de todas las combinaciones y transformaciones, vacían cada gesto, cada acto y finalmente cada personaje, de todo sentido. Para el espectador, todo lo que sucede en la telenovela coexiste con él en su mismo tiempo cotidiano, en su propio entorno interpersonal, en sus relaciones familiares, en un universo incestuoso, caótico, habitado por el dinero y el sexo, significantes ahuecados, cerrados, puro simulacro del sentido. La telenovela no pretende decir nada, narrar ni fundar relatos sobre los orígenes... simplemente

entretener, atrapar el deseo del espectador, establecer un contacto infinito y vacío con su deseo visual. Es un espejo que refleja fragmentos desconectados, imaginarios, desestructurados. Es así como la televisión se constituye en espacio de identificación del espectador con una imagen seductora, fascinante y vacía: es un discurso que pretende decirlo todo y que en consecuencia está condenado a no decir nada, porque en él nadie habla, es un discurso de nadie, en el cual la verdad y el saber son hueco, caricatura, tautología. En este discurso no hay intercambio simbólico, no hay identidad (puro juego de espejos), no hay interpelación (puro vínculo umbilical), no hay circulación de la palabra (simplemente mercancía y consumo).

Y el cuerpo, base misma de la relación humana, es negado en el espectáculo electrónico, se convierte en un puro modelo que no huele, que carece de textura, que no envejece, tan inmaculado como aséptico, la versión plástica en colores de una cultura plástica, cómoda e hiperestimulante. Ser es ser imagen seductora, ser deseado por la mirada del otro, trascender el espesor de la carne que es vivido como maldito, alcanzar el esta tus fascinante de los cuerpos light de la publicidad.

El mundo del discurso espectacular televisivo simplemente es, no importa que sea verdad o mentira.

Y provoca una mirada profana y profanadora: sobre los rostros de los concursantes convertidos en mueca mostrada sin pudor; sobre los alardes, torpezas, éxtasis, humillaciones y violencias de los cuerpos de los deportistas y sus hinchas salvajes; sobre el drama del entrevistado puesto en escena para la mirada del espectador; sobre las burdas interpretaciones de actores que muestran hasta la evidencia su impostura; sobre la morbosa insistencia de los noticieros en mostrar cuerpos heridos, mutilados, deformes, muertos, llorosos, desgarrados, falsamente afectados de estructura narrativa.

El discurso televisivo dominante posee rasgos sicóticos: disocia y descompone la función del lenguaje, se prolonga al infinito, multiplica los estribillos, es vacío de contenido, se propone como una forma delirante desconectada de la realidad, que habla sin parar en forma alucinante y hueca, sobrecargado de apariencias, de destellos siniestros. Es una máquina que está hecha para negar la interpelación del sujeto como ser diferente, como alguien dotado de un ser fuera del espejo. El mundo televisivo -simultáneo, inmediato, seductor, espectacular- tiene efectos al existir así sobre lo real social, en cuanto es un puro fetiche imaginario. Se parece al mundo real y trata de superponerse totalmente, pero diverge de él inevitablemente.

La cultura electrónica genera un simulacro de comunicación, un ruido incesante con el cual el sujeto pretende ocultar la emergencia siniestra de lo real y negar toda la soledad. Su emisión continua es recibida por millones. Pero sus locutores, actores y presentadores, también sus espectadores, olvidan que para que la comunicación pueda conservar su digno nombre lo importante es tener algo que decir y decirlo sólo cuando es necesario. Porque sólo el silencio dota de sentido y de espesor a la palabra. Le queda al espectador un derecho, una vez desposeído de toda intimidad, huérfano de ritos y mitos: el de oprimir -frenética, pero también monótonamente- los botones del mando a distancia como forma desesperada de acceder al olvido.

Estos parecen ser rasgos típicos de la "estética social" de nuestra época tan confusa e indescifrable, comunes a los fenómenos culturales de hoy en todos los campos del saber, en los cuales ya no es posible disociar el más reciente descubrimiento científico concerniente a la fibrilación cardíaca, del Pato Donald, ni la más sofisticada novela de vanguardia del último videoclip de Madonna... manifestación de nuevas órdenes

racionales: el de la repetición, el de la excentricidad, el del gusto por la monstruosidad y por el desorden, el del placer del extravío, el enigma y la imprecisión.

Cultura electrónica es el nombre de la forma de producción simbólica por excelencia de nuestro tiempo, y el discurso espectacular televisivo su vehículo predominante. En este marco cobra sentido nuestra reflexión de trabajadores de la Cultura.

El blanco y negro quedó atrás

La toma del color

25 años tuvieron que pasar para que los colombianos vieran en sus televisores el mundo tal cual era: a color.

El 1 de diciembre de 1979 los colombianos pudieron ver en sus pantallas las cosas tal y como eran. El blanco y negro quedó atrás. El color del vestido del entonces presidente Julio César Turbay, cobró un aire de popularidad y se convirtió en el centro de atención de su discurso televisivo. Había llegado la era del color a Colombia.

Acto seguido, la programadora Audiovisuales inauguró el programa Aquí Colombia, realizado especialmente para el lanzamiento de la televisión a color. La diversidad cultural y las diferencias regionales del país se vieron nítidamente reflejadas en la pantalla chica.

Sin embargo, ver imágenes a color no era un privilegio generalizado, pues los televisores debían tener unas características especiales y los equipos no eran suficientes para cubrir este nuevo servicio. La segunda cadena, el canal educativo y las estaciones locales como las de San Andrés y Leticia continuaron en blanco y negro durante los siguientes tres años.

En enero de 1982, el director de Inravisión, Mario Madrid-Malo anunció que antes de finalizar el mes, la televisión a color llegaría al 100% de la población. Además, la segunda cadena empezaría a tener cobertura nacional y cubriría la Costa Atlántica, los Santanderes, la Región Central, Antioquia, Valle y Caquetá.

Fue en este mismo año cuando la programación educativa entró en la era del color. Más de 100 programas para los cursos tercero y cuarto de primaria, cinco documentales sobre algunas regiones del país, 22 cursos de francés para adultos y 12 cursos de francés con títeres para niños llegaron a las casas con una nueva imagen.

Coloreando el mundo

1979, Calidad y originalidad

Los nuevos programas aparecieron con el color: Revivamos nuestra historia, de Eduardo Lamaitre. Quién sabe lo que usted no sabe, de Alfonso Castellanos, El programa Colcultura, en cabeza de Hernán Castrillón y el de Abelardo Forero Benavides, así como el concurso Cabeza y cola.

1980, Yuruparí y opinión pública

Bajo la dirección de Gloria Triana, el programa Yuruparí demostró que existía una nueva forma de hacer televisión cultural y de rescatar las tradiciones colombianas. El Noticiero 24 Horas, en cabeza de Javier Darío Restrepo, se posesiona con fuerza y se caracteriza por su equilibrio, buena edición, manejo de cámaras e informes periodísticos con estilo propio. Los televidentes empiezan a comunicarse con grandes funcionarios y personajes del país a través del programa Aquí entre nos, que impone la modalidad de las preguntas al aire a través de llamadas telefónicas. El proyecto estuvo en cabeza de Alfonso Castellanos.

1984, La primera protesta

En el aniversario número 30 de la televisión en Colombia, la baja producción de programas nacionales fue motivo de descontento en la teleaudiencia. Pequeños Gigantes, Dejémonos de vainas y un especial sobre la reconstrucción del asesinato de Jorge Eliécer Gaitán, realizado por la programadora Eduardo Lemaître, fueron los más destacados.

1985 y 1986, Llegó el cable

La televisión por suscripción llegó al país. En principio el servicio fue prestado en seis ciudades del país y la programación nacional debería representar el 5%. El 11 de agosto se inaugura el canal regional de Teleantioquia.

1988, Premiados

Ver para Aprender recibe un reconocimiento como el mejor programa infantil del año. Héctor Alarcón recibe el Premio Simón Bolívar en la categoría de Director Cultural por el programa El profesor Yarumo. El 3 de julio de 1986 inauguran Telecaribe.

1989, Audiovisuales y política

Audiovisuales se caracteriza por producir algunos programas de gran contenido cultural: Por las rutas de Colombia, en coproducción con la Corporación Nacional de Turismo, Caminos de la Ciencia en Colombia, realizada por el ICFES en colaboración con el FEN y Colciencias y el programa infantil Imagínate, que ganó un premio internacional.

Las campañas políticas invadieron las imágenes de la televisión en el inicio de la década de los 90. La situación de orden público obligó a los candidatos a desplazar la plaza pública a la pantalla chica. Los 13 candidatos presidenciales tuvieron espacios de 15 minutos para promoverse.

POLÉMICA / ANIMADO REABRE DEBATE SOBRE MATRIMONIO GAY

La tía de Bart Simpson 'salió del clóset'

Los productores de 'Los Simpson' lo anunciaron como gancho al comienzo de esta temporada. Hasta este episodio no se sabía de qué personaje se trataba.

Algunos pensaban que sería Smithers. Para ellos, el leal servidor del señor Burns no aguantaría más y le contaría al mundo su homosexualidad y, por ende, el gusto por su patrón. Otros, le apostaban a algo más seguro. Podrían ser o Jenny o Carlos, ese par de amigos que nunca se separan y que hasta comparan turno en la planta nuclear de Springfield.

Pero lo que muchos de los seguidores de *Los Simpson* no esperaban era que el personaje de la serie que se declararía homosexual estuviera directamente ligado con la familia. Se trata de Patty Bouvier, una de las hermanas gemelas de Marge —la otra es Selma—.

El anuncio, realizado a comienzo de la temporada número 16, se supo el domingo en la noche, en el capítulo emitido en E.U., bajo el título *There's Something About Marrying*. En español, algo así como *Hay algo acerca del matrimonio*.

En el episodio, esta fumadora empedernida conoce a otra mujer en un bar, se enamora y termina casada por Homero, que provecha la ocasión para realizar otros matrimonios entre personas del mismo sexo. Así, Springfield pasa de ser un pueblo perdido al sitio ideal para ser visitado por parejas gay en busca de casamiento.



PATTY SE CASÓ con una golfista en el episodio que se pasó el domingo en la noche en Estados Unidos.

Además de unirse a la reciente polémica en ese país, por la que algunos críticos consideran que el contenido de Bob Esponja, otro de los animados más vistos en E.U., tiene tendencia a fomentar el homosexualismo en los niños, el suceso recreado en *Los Simpson* reabrió otro debate: el derecho al matrimonio que tienen las parejas gay.

Para Germán Humberto Rincón Perfetti, abogado y líder de la causa homosexual

en Colombia, este hecho es la representación de una realidad que existe, lo que pasa es que a ciertas personas les cuesta entenderlo. "Hay parejas de gay que conviven, salen de compras y llevan una vida normal. ¿Por qué no poder casarse? El hecho de que lo hayan mostrado en *Los Simpson* lo que demuestra es una forma de multiculturalidad real y efectiva", afirmó.

Brent Bozzel, presidente del Consejo de Padres para Televisión en E.U., que no vio el episodio, de todas maneras criticó el hecho. "El sentimiento del público es estar en contra del matrimonio gay. Cualquier show que lo promueva va contra ese sentir. Millones de niños ven este programa, la pregunta es ¿ellos necesitan ver esto? —añadió—, porque no simplemente los entretengamos".

De acuerdo con Mauricio Quintero, libretista de televisión, esto no es un invento del creador de la caricatura, el programa refleja lo que pasa en la sociedad. "No creo que sea para atraer más televidentes, *Los Simpson* ya los tienen todos", opinó.

Frente al hecho, el presentador Martín de Francisco, que no se considera fanático de la serie, dijo que es una crítica mordaz, como siempre lo ha hecho Groening, a la realidad.

"El éxito de *Los Simpson* ha sido increíble, pero el programa se pone más difícil cada año porque tratamos de tener al público sorprendido y tratamos de sorprendernos nosotros mismos", dijo Groening en una entrevista al diario inglés *The Sun*.

El payaso del demonio

William Smith compró un muñeco de más o menos un metro de altura en el negocio de un anticuario. Al momento de sellar el trato, le preguntó al vendedor si el juguete con figura de payaso tenía alguna característica en particular. "Se mueve", le respondió con voz muy baja y profunda, ante el asombro de Smith. La historia ocurrió en California (Estados Unidos).

El muñeco -posiblemente fabricado en la década de 1950- se encontraba en un estado impecable, salvo por un importante detalle: las suelas de sus zapatos estaban totalmente gastadas. Algo muy, pero muy sospechoso.

Una vez en su hogar, Smith -quien también asegura ser un investigador de lo paranormal- comenzó a experimentar extraños fenómenos. Durante la noche, escuchaba aterradoras ruidos de pisadas y susurros infantiles. Inquietado por la situación, Smith realizó algunos experimentos. Colocó el muñeco en un rincón de su habitación. Pero, en la mañana, comprobó, asombrado, que el payaso estaba más de un metro de distancia del lugar en donde había dejado!

El muñeco endemoniado causaba cada vez mayor inquietud a Smith. Finalmente, ya no pudo soportar más la presión de tener a semejante monstruosidad en su vivienda. Luego de guardar al tenebroso juguete en un ropero, decidió venderlo en una comventa.

A la semana siguiente, Smith casi cayó de bruces al leer la página judicial del periódico: la Policía estaba tras la pista de un extraño enano acusado de la muerte de dos jóvenes de 18 años, y cuya descripción concordaba con el muñeco de urras que compró al anticuario.

Un mes después, otros dos crímenes sacudieron a la ciudad. Las mujeres habían sido asesinadas con sevicia. En los brazos de todas ellas había sido tatuada una extraña figura en forma de calavera. Un quinto crimen colmó la copa y Smith se dirigió a la agación policial más cercana, donde juró que se pudiera estar en presencia de un psicópata salido de ultratumba la figura de un payaso. Los detectives iban desconcertados con todo lo que iban descubriendo. Se dirigieron inmediatamente donde el anticuario. Voltearon todo: oxidadas las de patines, veinte muñecas viejas tucho, dos máquinas de coser, relojes certadores, soldados de plástico, una cha de carbón, monedas, billetes de otras naciones, libros polvorientos con as de Walth Whitman, patas de cabra, proyector de cine y, ¡oh sorpresa!, la tapa de un ale alemán de la II Guerra Mundial.

¡Nada! El muñeco, o lo que quiera que busque con apariencia de enano, no aparecía por ninguna.

Los policías regresaron derrotados a su oficina. n que el anticuario podía tener la pista de tonith también decidió refugiarse en su vivienda. Intentar, al día siguiente, seguir en la búsqueda. No se pudo: su cadáver fue hallado tirado en itación. Un fulminante infarto acabó con su corazón, al comprobar, espantado, que el muñeco había ahl en su ropero, con la expresión rra y el aura maligna en su mirada.

Como en una escena escalofriante de Chucky, el muñeco asesino, William Smith no pudo soportar el horror de ver en su ropero al enano de plástico responsable de la muerte de cinco jovencitas, y cayó fulminado por un infarto.



Chucky, el muñeco diabólico



Hay quienes afirman que Tom Holland, el realizador de *Noches de miedo* (1985), pudo haberse inspirado en el payaso de William Smith para llevar a la pantalla, en 1988, a Chucky, el muñeco diabólico; uno de los clásicos del horror, y del que ya hay cuatro películas.

El argumento es espeluznante: el asesino Charles Lee Ray se refugia en una fábrica de muñecos...

de la policía, que lo ha herido de gravedad. Viéndose atrapado, utiliza un ritual vudú para transferir su alma a un muñeco del almacén. El pequeño Andy recibe como regalo de cumpleaños uno de estos juguetes.

Charles deberá transferir su alma a la de Andy, y si bien en un principio se pudiera pensar en una pérdida de emoción al contar con un ase-

y encima es de trapo, el resultado es escalofriante. La segunda y tercera parte de la saga no tuvieron tanto éxito, pero Ronny Yu, realizador de *The Phantom Lover* y *Los guerreros de la virtud*, dio el puntillazo: *La Novia de Chucky*. El éxito de taquilla fue descomunal. Si es de noche y la sala de cine se halla en una zona oscura, el espectador quisiere simplemente...

cumple 70 años

ROCÍO AYUSO

BURBANK (EE.UU.) (EFE)

El pato Donald cumple hoy 70 años como el más gruñón de la familia Disney, una estrella egoísta y mal encarada, pero un héroe para los niños que huían de la dulzura empalagosa de Mickey Mouse.

"Donald fue una innovación desde su primera aparición. No sólo podía perder la paciencia sino que esa era su forma de ser", dijo el crítico Leonard Maltin.

Martin le preparó a este pato su mejor regalo de cumpleaños, con la primera edición en DVD de los cortometrajes protagonizados por Donald, parte de la colección *Los tesoros de Walt Disney*.

Una colección que incluye *The Wise Little Hen*, adaptación de la fábula de Esopo *La gallinita sabia*, que es parte de las *Silly Symphonies* en las que Donald hizo su primer trabajo como actor, aunque no fue más que de secundario.

Un papel donde aún no tenía forma definitiva por la que se haría famoso, aunque ya vestía su popular traje de marinero.

Donald incluso se ha permitido mentir con su edad, señalando que su cumpleaños fue un 13 de marzo en lugar del 9 de junio de 1934, fecha de la que data su primer cortometraje. "Lo cierto es que Donald fue un personaje al que no pudimos resistirnos y el público lo aceptó desde el prin-

cipio", confirmó Walt Disney.

Un nacimiento que estuvo directamente relacionado con el descubrimiento de su voz, Clarence Nash, un cantante e imitador de pájaros que se convertiría en el alma de este personaje animado. "Yo quería ser médico, pero acabé siendo el pato más loco del mundo", explicó hace tiempo el ya fallecido Nash.

Su voz sirvió para el ininteligible lenguaje de Donald en inglés, español, francés, portugués, japonés, alemán o chino, idiomas que Nash no hablaba pero cuyos gruñidos fueron internacionales.

Lejos de retirarse, el pato Donald está preparando su próxima película.

De hecho, pocos personajes de Disney han sido tan internacionales como Donald, el único que hizo incursiones artísticas en Latinoamérica. Junto a Panchito y a José Carioca, Donald se convirtió en la estrella de *Los tres caballeros* y *Saludos amigos*, filmes de Disney.

Donald también fue un hombre de guerra, protagonizando la mayor parte de los cortometrajes de propaganda que los estudios Disney realizaron en apoyo al Gobierno, incluida su caricatura de Adolf Hitler en *The New Spirit*.

Donald, lejos de retirarse, está preparando su próximo largometraje, *Los tres mosqueteros*, una nueva adaptación de la obra de Alejandro Dumas que le reunirá una vez más junto a sus amigos Mickey y Goofy.



WALT DISNEY y el Pato Donald, una de sus creaciones más famosas que apareció por primera vez un 9 de junio.

Archivo / EL TIEMPO

GÉNERO / LOS DIBUJOS ANIMADOS EN LA PANTALLA CHICA

Los niños, una audiencia impredecible

WÍLMAR CABRERA PINZÓN
Redactor de EL TIEMPO

"Me gusta *Bob Esponja* porque es muy chévere, y me gustaría ser él porque tiene un amigo como Patricio, la estrella de mar", responde sin dudar Sebastián, un niño de 6 años que está en transición, al preguntarle por sus caricaturas favoritas en la televisión. Pero no solo es él, son muchos. Patricia Aristizábal escribe, a través de *eltiempo.com*, que su bebé de 18 meses sólo sabe y pronuncia una única palabra: "Bob". Ni siquiera papá o mamá sino "Bob".

Así, hablan los niños cuando se les toca un tema en el que podrían ser considerados 'especialistas': los dibujos animados. Además de clásicos como *Tom y Jerry* o *Los Picapiedras*, existe en la pantalla una nueva generación de caricaturas que los seduce y enamora. Esponjas de mar, brujas adolescentes, pequeños constructores y exploradoras, niños en patinetas, científicos miniaturizados, karatekas y monstruos

Mientras clásicos como 'Los picapiedras', 'Tom y Jerry' y 'El gato cósmico' se mantienen en los canales nacionales, otros dibujos animados habitan en la televisión por cable. ¿Cuáles son los muñequitos que hacen que esta generación de pequeños estén pegados al televisor?



Clifford



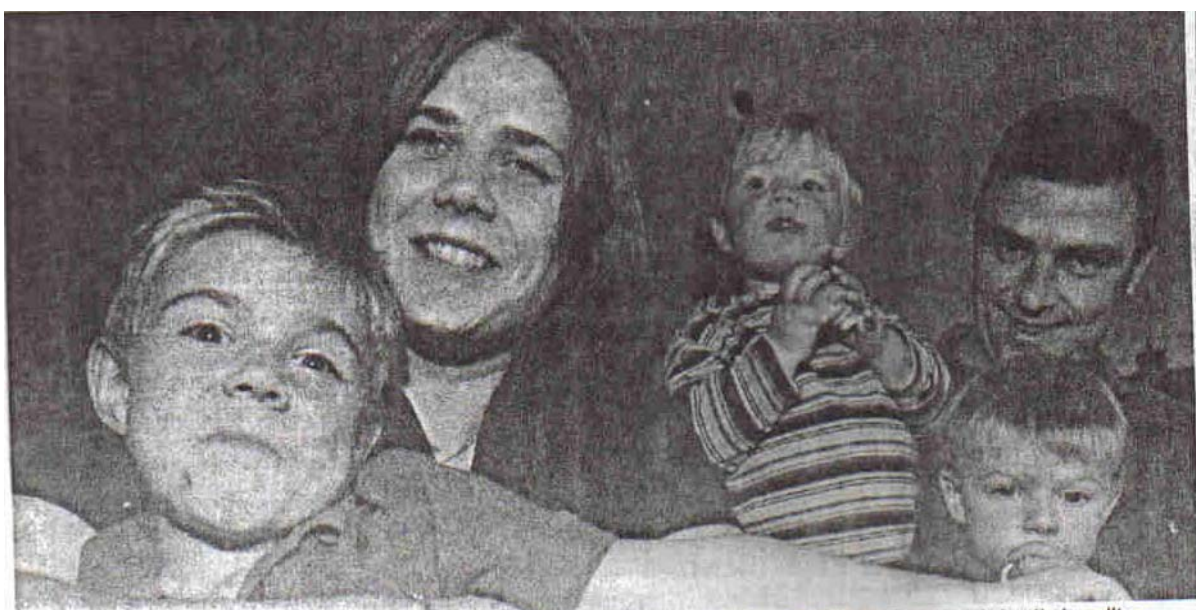
Bob el constructor



Tanto, que a la hora de hablar de un canal en especial se les dificulta. Sin embargo, los padres opinan que en esta materia, Discovery Kids es sin lugar a dudas el favorito (no es seguro si lo dicen por lo que ven sus hijos o por lo que piensan como papás). Para Martha Restrepo que tiene un hijo de 8 años y que escribe desde Medellín, "la mayor parte de programas que allí pasan les enseñan a los niños a compartir, ser solidarios, valorar los animales y trabajar en equipo".

Aprendiendo con la tele

Características e contenido que no se dan por casualidad, pues, así lo confirma Laura Brown, psicóloga infantil y asesora de este canal, al decir que cuando la cadena decidió rehacer su bloque de televisión para niños en edad preescolar, uno de los objetivos principales era crear un currículo que ayudara a los niños a aprender mejor. "Queriendo eso —explica Brown—, llevamos a cabo grupos de estudio con pediatras,



♦ **LA FAMILIA** Barton, que estelaliza la nueva serie de Discovery Health que hace énfasis en la crianza infantil: *Angelitos*.

ANGELITOS, LA NUEVA SERIE SOBRE EDUCACIÓN

Discovery le apunta a estimular la buena crianza de los niños

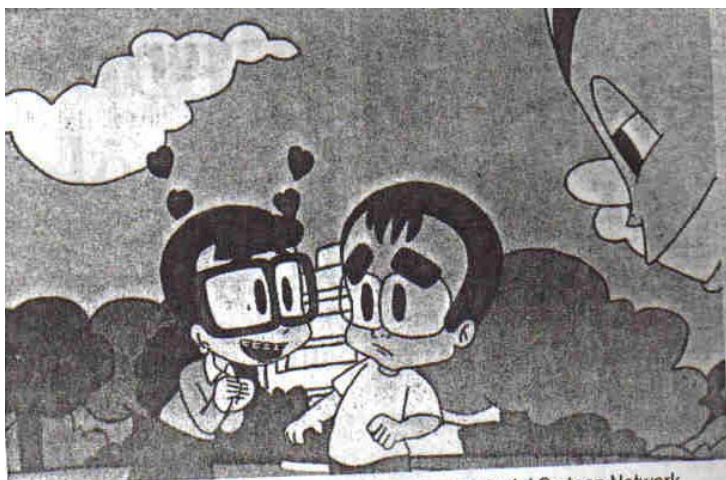
PEDAGOGÍA. *Seguramente si hay un canal de televisión que pueda alcanzar los parámetros educativos que requiere la sociedad, ese es Discovery Health, que llega ahora con un tema realmente "endiablado", en la educación de los hijos.*

Los cambios generacionales van de manera precisa, ligados a los cambios históricos de la sociedad, y en esto hay una cosa clara: las nuevas sociedades se transforman junto a los medios de comunicación. Y en este sentido, las paradojas saltan a la vista. Por un lado, la televisión ha sido considerada por muchos psicólogos, maestros y analistas como mal ejemplo. Eso por un lado, mientras

pleta, y Matthew, de cinco años, está a punto de ser expulsado de la escuela por atacar a sus compañeros y a la señora del almuerzo. Este cuadro parece ser la pesadilla de muchos padres: niños irracionales e imposibles de controlar. Sin embargo, no todo está perdido. La experta en niños, Tanya Byron, llega a Discovery Health, armada con un equipo de audífonos, micrófonos y cámaras escondi-

ra que no tiene solución; todo lo que los padres intentan para "enderezar a sus hijos", termina fallando. El mensaje de Tanya Byron es muy claro: son los padres los que deben cambiar.

Tras conocer a un grupo de padres que quieren "arreglar" a sus hijos, Tanya se sienta a ver el día a día de una semana típica en la vida de cada familia en la que hay falta de armonía, para luego hacer un diagnóstico de la situación. Acto seguido, la especialista plantea su estrategia para ayudar a solventar el problema, señalando dónde los padres han cometido errores, y repitiendo que son sus acciones las que inconscientemente han llevado al niño hasta esos extremos y por lo tanto son ellos quienes deben trabajar hacia una solución. Luego, usando audífonos y cámaras de video que los padres llevan puestos secretamente, y que los chicos no ven, la doctora Byron va guiando a los padres en tiempo real durante los encuentros con



♦ **BETTY** La Fea llega ahora en dibujos animados a través del Cartoon Network.

ANIMADO NACIONAL EN CARTOON NETWORK

Betty Toons **'registra' bien** **en Latinoamérica**

■ **Rubén Darío Escobar**
Periodista de EL NUEVO SIGLO

FUTURO. El dibujo animado, una de las más grandes industrias en materia audiovisual, se consolida en Colombia tras el estreno de una serie nacional en uno de los canales más prestigiosos de la TV por Cable internacional.

Durante la pasada Feria L.A. Screenings, que se realizó en la ciudad estadounidense de Los Ángeles, el canal RCN vendió la serie de dibujos animados

constituye en uno de los pocos productos latinoamericanos de este tipo que se pueden ver en la televisión internacional.

Betty toons recrea la vida de Beatriz Pinzón, el personaje creado por el libretista Fernando Gaitán, 'el cuartel de las feas', 'don Armando', 'Marce' y hasta la 'peliteñida', pero durante su infancia.

EL NUEVO SIGLO habló con Maribel Echeverry, gerente de la productora Conexión Creativa, empresa que realizó todo el trabajo de edición y montaje de la serie.

tan", indicó Echeverry, quien además ya realizó productos como *El siguiente programa*, en el que, junto a Martín de Francisco y Santiago Moure, lograron llevar crítica social a grandes audiencias a través del humor, *El Supercrío*, *Blanca y Pura*, la primera telenovela de dibujos animados hecha en Colombia y una serie didáctica sobre ciencia y tecnología para Colciencias.

Echeverry, quien siente "pena" porque sólo se grabaron sesenta capítulos de la serie, ante la negativa de RCN Televisión de grabar más.

La empresaria, por su parte, elogió un seriado hecho para el ente encargado de la investigación y la ciencia en Colombia, Colciencias, en el que, según la misma Echeverry, "se muestran los alcances en las investigaciones y los inventos que realizan los colombianos hechos en el lenguaje de los dibujos animados, como el trabajo que un científico realiza y en el que se logró obtener un sustituto de la sangre que se utiliza en emergencias clínicas o un tratamiento para piojos a partir de la guayaba, programas que ahora se transmiten por el Canal Uno". ■

Encuentro de pequeños y tolerantes cineastas

Por iniciativa del Liceo Francés, estudiantes de seis colegios del sur de Bogotá llevaron al cine sus reflexiones sobre la ciudad y la tolerancia. Desde el 31 de mayo, en la Fundación Gilberto Alzate Avendaño.

AMY ARIAS

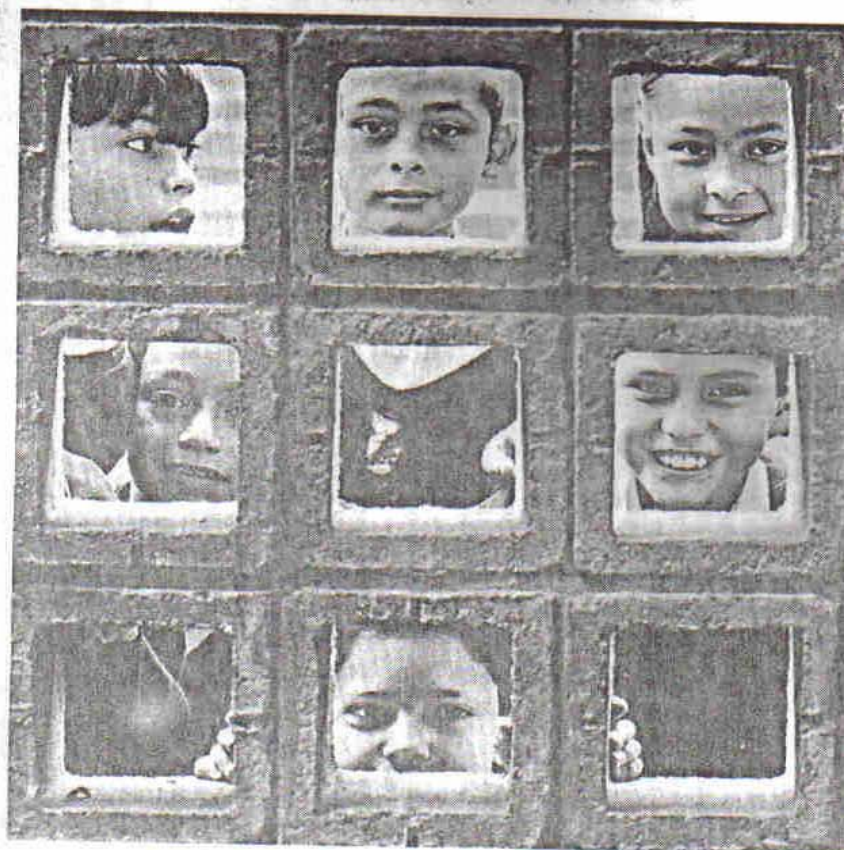
Factor de EL TIEMPO

"Esnaider estás muy rico papito", dice la frase de letra apurada y marcador rojo. A un lado, una luz gamada al revés hace la inducción a otro mensaje, de líneas angulosas: "Martha es una...". Y, paradójicamente, enseguida, medio pliego de cartulina rosa, en el que se lee: "Seamos personas conscientes y tolerantes. Destrems a los demás que sí tenemos estudio. Con violencia no reglamos nada".

Odio, deseo y tolerancia revuelven poco más de un metro de espacio, en una de las carteleras del colegio Valles de Cafam, de Usme, el sur de Bogotá. "Es que estos encitos tienen las hormonas a...", dice, con tono de advertencia, profesor Jaime Vega, para ilustrar toda la energía contenida en las paredes de cualquier plan educativo.

Justamente, experimentos vitales como el que acaban de rearmar jóvenes de esta institución funcionan como válvulas de escape para los estudiantes, porque en esas diez minutos de película manifiestan su problemática y la que los rodean, y sus posibles soluciones.

Un cortometraje, que participará en el II Festival de Cine Infancia y Tolerancia, que realizará el Liceo Francés entre el 31 de mayo y el 4 de junio, se titula: *Bogotá, una rotonda para la reconciliación*. El relato narra la historia de un niño que recorre todos los estratos so-



NIÑOS DE ENTRE los ocho y los diez años realizaron el corto 'Tolerancia'

Francés—. Gracias al éxito que tuvimos el año pasado, este quisimos abrir el festival a muchos más colegios de Bogotá".

Tolerancia, desde la casa

A Juan Pablo, el susto se le escapa por las manos, que frenéticas tratan de alisar unas arrugas inexistentes en sus pantalones, a los lados de sus piernas. Sus amiguitos de clase, Yeimi Rocío y Jair Alejandro, juegan muy 'pilos' el me-

clases y su barrio, la cosa es fácil para Juan Pablo, de 8 años. "Si empujo a alguien o alguien empuja a mí, lo mejor es contarlo mero hasta diez, antes de hacer algo. Lo mismo en la casa. Si me leo con mi mamá, pues le pido disculpas y ya. Lo importante es que no se queden las cosas solo en la discusión".

La cineasta Patricia Restrepo, quien estuvo coordinando este festival, cuenta que los niños tienen

Historia de los cineclubes

La labor más positiva del Cine Club debe ser la de revolucionar la percepción del público, la de crear espectadores críticos, la de despertar la capacidad analítica. Esta nueva percepción saca al espectador de su posición pasiva y lo capacitará para participar activamente contra todos los intentos de anestesia». L. A. Álvarez

EL ARTE
LUMINOSO

El cine, invención técnica y artística del último quinquenio del siglo XIX, requería de un nuevo espectador, una apreciación moderna y una crítica cinematográfica.

En 1918 Louis Delluc (1890-1924) teórico y director de cine inició en París sus publicaciones en el *Paris-Midi*.

Dos años después, Delluc creó y fundó la *Revue du Cinéma*, quizá una de las primeras asociaciones para conocer, estudiar y discutir el cine. La Asociación del Cine Club, a dicha asociación asistían críticos, intelectuales y realizadores de cine como Abel Gance, Germaine Dulac, Marcel L'Herbier y Jean Epstein, entre otros.

Entre 1920 y 1921 surgió «El club de los Amigos del Séptimo Arte», creación de Ricciotto Canudo, dinamizando así la estética y la vanguardia cinematográfica europea, personaje italiano cercano a Guillaume Apollinaire, Fernand Léger y Pablo Picasso.

Séptimo arte

R. Canudo quien fue el primero en bautizar al cine como «Séptimo Arte» forjara fuerte y decididamente la vanguardia italiana y la escuela francesa de cine.

Este ambiente cineclubístico francés impulsado por las vanguardias, tanto dadaísta como surrealista, renovó la percepción del cine, possibilitando la confrontación, el estudio y el análisis de las películas que no se proyectaban en el circuito comercial.

Con la muerte temprana de Louis Delluc ocurrida en 1924, los diferentes cineclubes se organizaron en una incipiente federación bajo la dirección de la sacerdotisa Germaine Dulac. Estos clubes hicieron posible estrenar en París en el año 1926 el film de Sergio Eisenstein *El*

ciones económicas mantienen estrechamente controlados los realizadores, aprenderán con interés que los objetivos de la Federación Internacional no son solamente un afianzamiento de los nexos entre las Federaciones existentes sino también la creación de una difusión internacional por los cineclubes de filmes experimentales y de filmes de calidad, que por diversas razones, no podrá tener la audiencia del público de las salas comerciales». (1)

La Cinemateca Francesa posibilitó la irrupción o eclosión de la Nueva Ola francesa, con figuras como: E. Truffaut, J.L. Godard, J. Renoir, L. Malle, entre otros más.

Los cineclubes en Medellín

El primer cineclub creado en nuestro país fue el Cine Club de Colombia, fundado por el grupo jalonado por el catalán Luis Vicens, el 6 de septiembre de 1949 en Bogotá. Más tarde saldría de allí la formación de la primera cinemateca colombiana, en 1957. Con la salida de Luis Vicens hacia México, el cineclub pasó a ser dirigido por Hernando Salcedo Silva, maestro y padre del cineclubismo colombiano, fallecido en enero de 1987.

Dentro del grupo fundador del primer cine club, se encontraban Hernando Téllez, Bernardo Romero Lozano, Gloria Valencia de Castaño, Carlos Martínez y Jorge Valdivieso, entre otros más.

En 1951 los señores Camilo Correa y Darío Valenzuela fundaron El Cine Club de Medellín, las primeras películas proyectadas fueron *La Favorita del Duque* y *Electra*, en el teatro María Victoria. Este cine club debido a las presiones de la censura únicamente dos años.

En 1956, Iván Amaya, René



Cinematógrafo de Thomas Alva Edison.



tamiento del cineclubismo en la ciudad y en el país.

Cineclubes universitarios

El Cine Club Mundo Universitario fue creado en Medellín por el grupo de estudiantes universitarios de la ciudad en 1974. Era un grupo coordinado y orientado por Alvaro Ramírez, crítico de *El Colombiano* y más tarde director de las películas *Otra Parte* y *Las Voces del Diablo*.

Luego de su viaje a la Universidad de Nueva York, donde Ramírez realizó un postgrado en cine, regresó a la Universidad de Antioquia: «En esa época sólo existía el Cine Club de Medellín y ya estaba languideciendo, de manera que se reunió un grupo de amigos y decidimos crear otro cine club con el único fin de poder ver más películas y tratar de continuar con la labor desempeñada por Orlando Mora y Alberto Aguirre desde el Cine Club de Medellín que era creación de ellos». (2)

Recapitulando, debemos recordar que durante la década de los sesenta se encontraba en pleno vigor distintos cineclubes en el país, creándose la Federación Nacional de Cineclubes en el año de 1967 en la ciudad de Bogotá. Años más tarde, el inicio de los setenta, se creó en Bogotá la Cinemateca Distrital, y en el año de 1975, se fundó la Cinemateca El Subterráneo en Medellín. Para la época, el país contaba con 50 cineclubes, ambiente sociocultural que posibilitaría a Patricia Restrepo escribir su libro *La Función Social de los Cineclubes*.

Cine documental

Durante la realización del V Encuentro de Cineastas Latinoamericanos en Mérida, Venezuela, Alvaro Sanín conoció al director boliviano Jorge Sanjinés, creador de filmes como: *Ukamau* (1966), *Sangre de Condor* (1969) y *Fuera de Aquí* (1977). Jorge Sanjinés dirige El Grupo Ukamau en Bolivia, término Aymará que significa «Así es», grupo que seguía los postulados del cine documental soviético de Dziga Vertov.

Teoría que trataba de cap-

Hernando Salcedo Silva, (Álvarez, Jorge Silva y Alberto Álvarez (quien sabía de estudiar en Europa entre otros).

Un año después, realizó segundo encuentro con cineclubes Mundo Universitario, Cine Club de Cali, Cine Club de Itagüí y Ojo de Envigado.

El cine club editaba la revista *Ukamau*, dirigida por Gonzalo Mejía, alcanzando 4 números.

Formación de espectadores críticos

Por todo este recorrido demos inferir que los cineclubes han contribuido a forjar una cultura cinematográfica. Cineclubes que en términos del historiador y crítico cine Luis Alberto Álvarez, son orientados por universitarios alcanzando en las décadas del sesenta y setenta su mayor importancia: difusión. (4)

Al respecto, Luis Alberto Álvarez en su artículo, difundido *¿Qué es un cine club?* resumía así la tarea esencial de estas instituciones: «... labor más positiva del Cine Club debe ser la de revolucionar la percepción del público, la de crear espectadores críticos, la de despertar la capacidad analítica. Esta nueva percepción saca al espectador de su posición pasiva, superará sus esquemas, pondrá en sus manos un instrumento, que aún en otros campos, lo capacitará para participar activamente contra todos los intentos de anestesia, y así, la visión y la expresión que la sociedad pretende imponerle». (5)

Esta labor la han continuado con cierta pertinencia, al menos los cineclubes y clubes de cine en Medellín, entre los que se encuentran los de las universidades, Comfama, Comfem y Adida. Y especialmente los cineclubes Pulp Movies, Libres Films y Cria Cuervos del Colombiano Americano.

Esperamos que la Ley de Cine, sancionada la primera semana de julio del año en curso, estimule la labor de los cineclubes y su tarea educativa-formativa.

UNIVERSARIO / LA CINEMATECA DISTRITAL CUMPLE 32 AÑOS

El álbum familiar de Bogotá

Desde 1971, la Cinemateca preserva y difunde la memoria audiovisual de Colombia y otros países. A través de convocatorias de convocatorias también apoya a los nuevos talentos del cine bogotano.

RAFAEL CARO SUÁREZ
Especial para EL TIEMPO

El 11 de abril de 1971 se puso reparar, como pan fresco, variados y selectos museos cinematográficos provenientes de legadas intruidas. Son tres décadas de recopilaciones, donde aparece, entre otros, la historia capitalina y sus habitantes de mitad de siglo con imágenes que huelen a tranvía y urbe en expansión.

Hoy, cualquier bogotano puede ser testigo de la construcción del 'nuevo' sistema de tubería y alcantarillado que estrenó Bogotá por allá en 1984, en el documental *Nuevo acueducto de Bogotá*, que reposa en uno de los estantes de la videoteca (carrera séptima con calle 22). También es posible ver la belleza voluprosa de las reinas modelo 32 con sus trajes de gala y encaperados penados. Y con las viejas cintas tituladas con ilustres apellidos puede que resuciten los caudillos que hoy yacen bajo tierra, pero que también viven en la memoria colectiva.



FRAGMENTO de la producción *Nuevo Acueducto de Bogotá* (Acedo e hijos, 1934-1937).

lito, Suba y Usaquén —entre otras—.

Con el apoyo del Instituto Distrital de Cultura y Turismo (IDICT), las empresas privadas y algunas embajadas, la Cinemateca puede echar a rodar sus películas y premiar el arte.

"Estoy orgulloso porque en casi dos años hemos logrado recaudar dos mil millones de pesos gracias a estos aportes", dijo Julián Correa, quien la dirige desde hace dos años y medio.

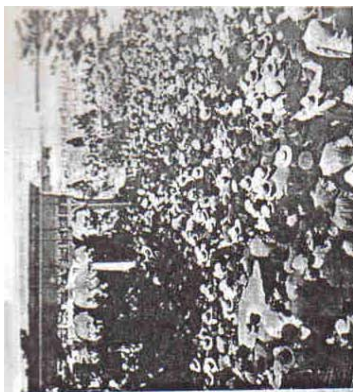
Apoyando talentos

La misión de esta entidad "ha sido y será preservar y circular la memoria audiovisual nacional y mundial, formando tanto a público como a realizadores", agregó Correa.

"La gente sólo tenía acceso al cine que se presentaba en las salas de la ciudad —agregó—, pero la cinemateca rescató documentales que hoy constituyen una especie de álbum familiar de la ciudad".

Un álbum que se llenó de fotos y sueños. La quimera del séptimo arte 'rolo' se hizo realidad con un completo centro de documentación, dos salas de video y una de cine, videoteca, filмотeca y una biblioteca donde reposan más de 25 valiosos números de los Cuadernos de Cine Colombiano y cerca de 12 ediciones de la revista 'Cinemateca, entre otras 'joyas'.

Anualmente se convoca a los jóvenes que comen y sueñan cine para que presenten sus proyectos, y los mejores



8 DE JUNIO DE 1929, documental que muestra las protestas desatadas por la destitución del alcalde Luis Augusto Cuervo. (Fotografía: Cinemateca)



● Peter Pan (1933)



● Walt Disney en Disneyland

Cine de animación

El cine de animación es lo más cercano a la abstracción que tiene el séptimo arte. Las figuras pueden simplemente moverse sin necesidad de ser algo definido; rescata además los elementos básicos del medio y los explora con una gramática que puede ser distinta de la normalmente utilizada en el cine de actores, sea argumental o documental.

El cine de animación más conocido viene de la tradición iniciada por las historietas de los periódicos a finales del siglo XIX; caricaturas de personas y animales se mueven en las pantallas

de cine y televisión alrededor del mundo realizando acciones imposibles para seres de carne y hueso.

La imagen del apesadumbrado coyote cayendo a un precipicio o la del ratón Mickey bailando y tocando marimba con los huesos de un esqueleto pertenecerían toda su gracia de ser realizados por actores reales y se convertirían quizá en grotescos hitos a la muerte en lugar de ser simpáticas coreografías.

El cine animado también recoge la tradición del cine de trucajes de Meliès, quien a su vez influyó en las cintas del francés Emile Cohl (alrededor de 1909) que mostraban las maravillas

esperadas por el dibujo fotografiado en movimiento: la cabeza de una persona, por ejemplo, se convertía en cotorra después de rotar por el piso. La frecuencia del dibujo animado temprano se fue reduciendo y sólo mucho después los cineastas experimentales de los 50 y 60 la recuperaron.

La primera cinta de cine animado realizada en E.U. estuvo basada en la popular tira cómica *Little Nemo*, tomó el mismo nombre y fue dirigida por Winsor McCay en 1911.

Si bien ya existía cine animado antes del sonoro, fue con la incorporación del sonido que el género se volvió más popular. Walt Disney había comenzado a trabajar ha-

ciendo películas animadas satíricas para comerciales antes de emigrar a Hollywood en 1923. En *Allice Plays Cupid* (1925) se ve ya el primer antepasado de Mickey Mouse subiendo por una escalera formada por notas musicales. Pero no es hasta el advenimiento del sonido que se pudieron escuchar esas notas.

Con el nacimiento del cine sonoro en 1927 se operó un retroceso general al requerirse equipos más pesados y procedimientos técnicos más complejos que hacen perder movilidad a la cámara y los actores. El cine animado se salva de los problemas que trae el sonido y rescata la agilidad que el cine había alcanzado antes de su incorporación.

Las primeras cintas sonoras de Walt Disney fueron *Steamboat Willie* (1928) y *The Skeleton Dance* (1929); en ellas se presenta una estrecha relación entre el sonido y el movimiento de los personajes, quienes dialogan en medio de una

danza que parece sacada de las películas cómicas, llena de tropezones y repeticiones.

A partir del éxito de Walt Disney las grandes casas comienzan a producir dibujos animados. Así, en 1930 se crean los Looney Tunes y en 1931 Merrie Melodies. El primer largometraje de dibujos animados lo hizo también Walt Disney en 1937: *Blanca Nieves y los siete enanitos*. Disney se convierte en el único estudio surgido a partir de dibujos animados y comienza a utilizar para sus largometrajes cuentos de la literatura infantil universal, aliviándolos para evitar herir susceptibilidades que se traducirían en

lizado con esta técnica fue *La noche antes de Navidad* producido en 1994 por Tim Burton.

La antigua Yugoslavia era conocida por sus imaginativas cintas de animación al igual que China y Japón y pertenecieron, al igual que Disney, de caricaturas nacionales, pero con resultados muy diferentes. Japón es hoy por hoy uno de los más grandes exportadores mundiales de dibujos animados con cintas que varían desde pornografía infantil hasta mundos postnucleares.

Las técnicas de animación no requieren equipos muy grandes de trabajo, son relativamente accesibles y facilitan las

busquedas individuales gracias a que el productor-director tiene un contacto más directo con la materia que trabaja (el celuloide). Esto da lugar a que se den individualidades como el

canadiense Malcolm McLaren que trabaja directamente sobre la película. La misma sencillez de la producción permite que en Colombia, a pesar de una industria cinematográfica inexistente, se encuentren varios directores-autores trabajando en este campo: Carlos Santa, María Paulina Ponce y Cecilia Traslavita, entre otros, con un precioso técnico que los lleva a producir en algunos casos cinco minutos de película en un año, con una labor callada. *La selva oscura* (1994), de Carlos Santa, *Filón y la Gorda*, de María Paulina Ponce son muestra de cine de autor colombiano con todas las desventajas que tiene la poca circulación y difusión, pero con todas las recompensas que trae trabajar para conseguir una obra seria.



● El suero de María Paulina Ponce

decrementos de sus rendimientos económicos. Al final el cine de Disney se convirtió en un producto muy diferente del cine artesanal y experimental de sus comienzos en función de un cine más universalista y paternal.

Además de la animación surgida de la caricatura se hace animación de sólidos moviendo y fotografiando objetos cuadro por cuadro. En Colombia esta técnica fue utilizada por Fernando Laverde en *Cristóbal Colón*. El largometraje mundial más reciente rea-

tiras cómicas norteamericanas llega a la pantalla grande. Tras sus excesos de lasagna y sátira desafiadora, Garfield en éste formato mostrará su otra faceta: la del héroe.

Título original:
Garfield (USA)

Director: Peter Hewitt

Interpretes: Bill Murray, Breckin Meyer, Jennifer Love Hewitt, Debra Messing, Brad Garrett, Alan Cumming, Nick Cannon, Jimmy Kimmel, David Eigenberg, Mo'Nique

"Las mañanas serían mejores si empezarán más tarde", esa es una de las frases que ha inmortalizado el gato "buena vida" Garfield. Siempre, entre sus cobijas esperando el llamado a comer y con su rivalidad eterna con Odie, el perro compañero de hogar a quien junto con Jon, su amo, los mantiene en eterna crítica y mofa.

Prostrado en su cómodo sillón frente a la televisión, agasajándose con su platillo favorito y arrojando insultos, Garfield es el dueño de su universo.

Cuando Jon lleva a Garfield a visitar a la bella veterinaria Liz Wilson ella le entrega a Jon una criatura, entusiasmada, que



♦ GARFIELD, el gato más querido de las tiras cómicas, asoma sus ojos a la pantalla grande.

WEST CENTURY FOX

BILL MURRAY LE PONE VOZ AL FAMOSO GATO

Garfield se asoma a la pantalla grande

mueve la colita, jadea y que representa todo lo que Garfield detesta. Garfield conoce a Odie, un amoroso y despiestado perro. Por primera vez en sus nueve

vidas, el inteligente gato se queda mudo. El inocente Odie persigue su cola hasta el mareo, se estrella contra las paredes y la- dra sin causa alguna, todo para

el gran deleite de Jon quien le da la bienvenida a su casa.

Odie pone patas arriba el perfecto mundo de Garfield. La solución de Garfield: ¡fuera condenado perro! Sin embargo, se siente responsable por el destino del otro. Con una extraña energía, valor y desinterés, Garfield logra dejar su holgazana vida y entra en acción. Se encuentra en una de las misiones más imposibles: salvar a Odie de las garras de la celebridad local, Harry Chapman.

El papel del héroe

Esta aventura une a Jon con

felinos de Garfield, Nermal, Arlene. Sin embargo, lo importante es que une a Garfield con Odie, quien mientras que melindroso felino tal vez nunca admita, es en realidad el mejor amigo que ha tenido.

Garfield, el personaje más moso de una tira cómica, está punto de convertirse en una trella de cine, protagoniza una película, hecha en computadora, adaptada de una tira cómica sindicalizada, leída en más de 2,600 periódicos y por 260 millones de lectores alrededor del mundo. Finalmente, Garfield tiene una historia épica tan grande que su ego-una historia que apenas puede ser contada en la pantalla grande.

Era natural que el productor John Davis, cuyos éxitos incluyen películas para todo público como "El Dr. Doolittle" y "¡Guardería de Papá!", le diera vida a Garfield en la pantalla grande. Ya era hora de que Garfield se convirtiera en una trella de cine, dice Davis. Es tan flojo, simpático, caprichoso tiene actitud. No importa si tiene 5 años o cincuenta, todo mundo se puede sentir relacionado con él en algún momento.

Garfield, la película que se estrenará en Colombia el próximo miércoles 14 de julio, en las salas de Cine Colombia. ■

Una serie de divertidas desquicias

La saga de los hermanos Baudelaire es la rival que le ha salido al invencible Harry Potter. Esta serie de 11 libros ha vendido más de 50 millones de copias. En cartelera, la versión en cine de las tres primeras novelas.

El reinado absoluto de Harry Potter en materia de libros para niños —aunque en realidad es un fenómeno para todos los públicos— sigue ineluctable. Sin embargo, en los últimos años, ha ido cogiendo fuerza un autor que amenaza con convertirse en un fenómeno similar: Lemony Snicket. De hecho, *Una serie de castrotróficas desdichas* fue el primero en desbancar al primer lugar de ventas de libros para niños.

Pero Lemony Snicket no existe realmente. Es el alter ego del escritor Daniel Handler, el genio detrás de esta serie de 11 libros (de los cuales se consiguen cinco en español) que ha vendido más de 50 millones de copias en Estados Unidos.

Es la historia de los tres hermanos Baudelaire, Violet, Klaus y Sunny, que después de quedar huérfanos comienzan un triste y vertiginoso peregrinaje en procura de un tutor que los culde hasta cuando lleguen a su mayoría de edad y puedan administrar la herencia que les dejaron sus padres.

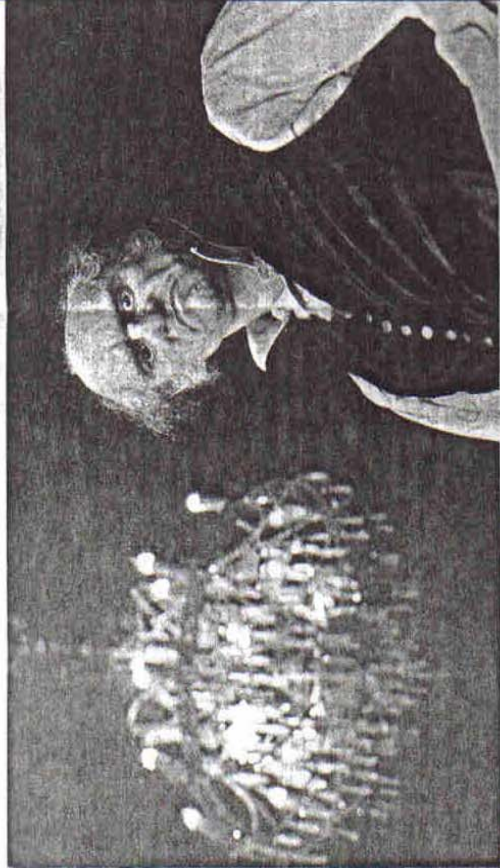
La primera novela, *Un mal comienzo*, cuenta como los hermanos Baudelaire pierden a sus padres en un pavoroso incendio y quedan a cargo de su familiar más cercano, el perverso y torpe Conde Olaf, quien acaba encarcarse de



ESTOS SON los dos primeros libros de la serie, disponibles en español.

año, habla un idioma extraño que solo comprenden sus hermanos. Además, adora morder todo.

Este argumento aparentemente sencillo y, en el fondo, nada original, fue la génesis del fenómeno. Su autor, que en el pasado había escrito dos novelas para adultos, *The basic eight* y *Watch your mouth*, no tenía mucha fe en su proyecto. Fue su agente literario el que lo convenció de escribir



JIM CARREY es el péfido conde Olaf, el hombre que tiene la misión de hacerles pasar un mal rato a los hermanos Baudelaire.



LA TIA JOSEPHINE, encarnada por Meryl Streep, les proporciona algo de paz y diversión a los tres huérfanos.

SOBREACTUACIÓN

El actor canadiense Jim Carrey carga sobre sus hombros la imagen de un cómico de movimientos exagerados y gestos, por definirlos de alguna manera, coprológicos. Fruto de su papel como el experto buscador de animales Ace Ventura.

Pero Carrey es en realidad un gran actor, al que le ha costado mucho hacer el tránsito hacia el drama, en parte porque no lo toman en serio. Sin embargo, su papel de *The Truman Show*, mucho antes de que se pusieran de moda los *realities*, su versión del cómico Andy Kaufman en *Man in the Moon*, o la más reciente en *Eterno resplandor* estuvieron a la altura de un premio Oscar.

Es cierto que su parte cómica se impone, pero sus gestos desafiados, cuando el guión los justifica, resultan agradables como ocurrió en *La máscara* y ahora en *Una serie de eventos desafortunados*.

aunque esto no quiere decir que sean textos trágicos. Handler recurre al humor negro y a un ritmo trepidante para reivindicar a sus héroes. Por su estilo, algunos lo comparan con Roald Dahl (*Charlie y la fábrica de chocolate*).

El éxito de las novelas de Lemony Snicket, quien no solo figura como el autor del libro sino que es también un personaje dentro de la historia, hizo que Hollywood rápidamente comprara los derechos de la saga. Así nació *Una serie de eventos desafortunados* (así se tradujo el filme), película que cuenta en los papeles protagonistas con Jim Carrey y Meryl Streep además de Jude Law, quien presta su voz para el narrador, Lemony Snicket. Una superproducción que en su semana de lanzamiento llegó al número uno de taquilla en Estados Unidos.

Carrey se luce en su personificación del Conde Olaf, un

El 4 de abril de 1961 nace la TV educativa

La TV también educa

Un aliado natural que llegó a las aulas de cada rincón del país.

Corrían los años sesenta en Colombia, la llamada Nueva Ola de los baladistas, la minifalda, los pantaloncitos calientes y los bailes frenéticos de los chicos go-go y las chicas ye-ye se convertía en la expresión de los jóvenes colombianos.

Además de los musicales y demás programas de entretenimiento la educación en la pantalla chica estaba a la orden del día, sobre todo cuando la televisión se acomodaba en cada rincón del país, convirtiéndose en un aliado natural de la pedagogía en las aulas.

Colombia contaba con una de las redes de transmisión más extensa de Latinoamérica, lo que posibilitó la creación, a partir de 1960, de una sección educativa dedicada íntegramente a la programación escolar. Esta programación se inició el 4 de abril de 1961 con las clases de matemáticas modernas, ciencias naturales, ciencias sociales, música y el programa Cuánto Sabemos.

Además de constituirse como un elemento novedoso en la ecuación colombiana, este espacio buscaba complementar la formación que recibían los alumnos en las aulas de clase.

En 1962 geográficamente, la televisión educativa cubría los departamentos de Antioquia, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Tolima y Valle, con un total de 66 escuelas y 120 receptores instalados. La programación se dividió en tres secciones: escolar, para adultos y de extensión cultural. Los cursos de inglés y francés se convirtieron en verdaderas alternativas para que grandes y chicos tuvieran algún conocimiento en lengua extranjera por fuera de las aulas.

1964 el Ministerio de educación tomó a su cargo la programación educativa, responsabilizándose del contenido de los programas, seleccionando escuelas, instruyendo a maestros y supervisores sobre televisión educativa y tomó a su cargo la comunicación constante con los maestros y alumnos. Por su parte la Agencia para Desarrollo Internacional (AID) y los Cuerpos de Paz suministraron equipos y personal humano.

Una década después la televisión educativa cubría la demanda en 20 departamentos y más de medio millón de niños en las escuelas. En 1973 se inició el programa de bachillerato radiotelevisado para 25.000 personas en 11 departamentos.

La educación no formal también tenía su espacio con programas como Universidad del Aire, Promoción Juvenil y Formación Cívico Social. Este programa de Educación Básica para Adultos es emitido por el Canal 11, durante 1300 horas al año.

La experiencia más reciente en televisión educativa fue Espacio Maestro y El Rincón del Cuento. Actualmente Señal Colombia es el espacio por excelencia de la televisión educativa y hay una licitación en curso para la adjudicación de programas educativos.

Educando a...

1965, La franja diaria de televisión educativa de lunes a viernes era de 8 a 11 de la mañana de 2 a 3 de la tarde.

1969, El programa estadounidense Plaza Sésamo revoluciona la programación infantil en el mundo, con canciones pegajosas, dibujos animados y actores de todas las razas.

1972, La Pontificia Universidad Javeriana inicia su programa de educación a distancia con el seriado Educadores de Hombres Nuevos, dirigido a los maestros en zonas rurales.

1973, Se inició el proyecto de bachillerato por radio-

1998 – 2000, El Ministerio de Educación y Cultura determinaron la programación educativa y cultural. Aparecen por primera vez, debidamente reconocidos, los canales locales comunitarios como nuevos actores de un importante potencial educativo. Espacio Maestro transmite 32 horas de televisión educativa no formal por Señal Colombia.

2001, Nace el programa Educa TV y cuenta con los componentes básicos del programa Telesecundaria de México, con emisión abierta de sus programas a través de Telepacífico. La cobertura alcanza a los 20 municipios de los 42 que componen el Valle del Cauca.

2002, Se inicia el proyecto A Prender TV de la Fundación Imaginario, fue puesta en marcha a través de la emisión de sus programas por el Canal A de cobertura nacional y articulado con varias instituciones educativas el Distrito Capital.

<http://www.colombiaaprende.edu.co/colombiateve/1604/article-58542.html>

Historia de la Serie LIS

A mediados de los años 60s aparecía en las pantallas de TV americanas la serie LOST IN SPACE – PERDIDOS EN EL ESPACIO, septiembre del 65. Hasta esa fecha alguno de los acontecimientos históricos que marcaron esa década en EE.UU. se habían producido ya, como Bahía de Cochinos, La Crisis de los Misiles, donde por primera vez el mundo vivió el terror de una posible guerra nuclear, el asesinato del presidente Kennedy en Dallas, y el comienzo de la implicación americana en el conflicto de Indochina, la guerra fría lucía en todo su esplendor.

Años atrás, Kennedy comprometía a su país en colocar a un americano en menos de 10 años sobre la superficie lunar, y traerlo de nuevo sano y salvo a la Tierra, era la respuesta americana a los continuos triunfos soviéticos en el espacio.

En 1957 la URSS colocaba una pequeña esfera de metal llamada Sputnik 1, en órbita terrestre, el “bit bit” que emitía por radio, fue recibido por los políticos y técnicos americanos como un verdadero mazazo. Luego llegarían más éxitos para la astronáutica soviética, como la llegada a la Luna de los primeros robots automáticos, o el primer hombre en el espacio, Yuri Gagarin. No sería hasta finales de los años 60s que los EE.UU. conseguirían ponerse a la par, con la llegada del primer norteamericano a la Luna, Neil Armstrong.

Seguramente aprovechando esta moda por todo lo referente al espacio, en 1964, el productor Irwin Allen se planteó hacer una serie para la TV, con el tema de un viaje espacial. Allen se hizo famoso en los sesenta por sus series – TV de ciencia ficción, y en los setenta por sus películas de catástrofes. Este nuevo programa de televisión estaba inspirado en el comic, Space Family Robinson, a su vez, este, influido por la magnífica novela Robinson Crusoe, Daniel Defoe, y más concretamente por la obra de J.R Wyss, Los Robinson Suizos. Contaba la nueva serie, la odisea de una familia perdida en el espacio, se terminaría llamando, como no, “Lost in Space” (LIS) y se emitiría por la cadena americana de televisión CBS.

Con el apoyo de la CBS, Red Skelton, y la 20th Century Fox, comenzó la realización del programa piloto, con un presupuesto de 600.000 dólares en 1964, lo que lo convertía en el más caro hasta el momento, escrita por Simón Wincelberg. Parte del episodio se filmaría en el desierto Mojave, California, en la zona conocida con el nombre de Trona Pínciales, próxima a una base restringida del ejército.

Irwin Allen quiso desde el principio implicar a la NASA en su aventura del espacio, Allen invitó a Chris Craft, uno de los directores de la agencia espacial, y a otros miembros de la misma a sumarse a la producción de la serie. La NASA

recíprocamente buscaba promocionar la carrera espacial, asesorar esta muestra de televisión sería una manera de conseguirlo.

Pero pronto los técnicos de NASA comprendieron que Allen no resultaba demasiado riguroso a la hora de plantearse validez científica de la serie, los asesores de la agencia espacial eran mucho más racionales y lógicos.

Allen enseñó a Chris Craft los diseños del vehículo espacial, este informo que el mismo tenía un problema de aerodinámica importante, sentenció que esta nave nunca podría volar, “eso mismo se decía de sus cohetes hace cien años”, respondió Allen.

Para ser francos la serie pecaba de una falta total de rigor científico, para ilustrar esto valga destacar sólo dos ejemplos de los primeros capítulos: la lluvia de meteoritos que tiene que soportar el Júpiter 2 en el primer episodio, lo más seguro que un solo impacto de semejantes preduscos destruiría cualquier nave espacial en una situación real, o la escena de Jhon Robinson, cuando pretende aterrizar sobre un planeta con la sola protección de su traje espacial, en la realidad se nos hubiera convertido, nuestro querido profesor, en una hermosa estrella fugaz, encima del seco paisaje del desconocido astro.

Pero a pesar de estos “fallos” la serie no pierde interés ni originalidad, Lost in Space no tiene por qué ser un vehículo didáctico riguroso. Quizá de una forma muy exacta nos enseña la posibilidad de hacer un prolongado viaje espacial en tubos de criosueño ¿Y quién nos dice que el futuro no se enviara familias a colonizar el espacio? Por otra parte la falta de rigor técnico es moneda habitual en las series y películas de ciencia ficción. De todas maneras la NASA, con los años, perdería esos...escrúpulos técnicos, y asesoraría series y películas de Sci-Fi sin fijarse demasiado en la credibilidad científica de sus planteamientos de guión.

Alejados los hombres de la NASA del proyecto, Allen se centró ya por fin en la realización del programa piloto.

El argumento del serial contaba la aventura de una familia lanzada al espacio, todo comenzaba en un futuro lejano, el 16 de octubre de 1997 (esa fecha cuando se emitió la muestra, resultaba bastante lejana todavía).

La familia estaba encabezada por el profesor Jhon Robinson (Guy Williams), su esposa Maureen, (June Lockhart), y sus hijos Judy, Penny y Will (protagonizado por Marta Kristen Angela Cartwright y Billy Mumy), por último, el comandante Donald West (Mark Goddard), era el piloto de la nave espacial.

Su destino, un planeta habitable que gira alrededor de una de las estrellas del sistema de Alpha Centauro, a unos 4.5 años luz de la Tierra. Los componentes de la expedición permanecerían congelados, en animación suspendida, durante el prolongado viaje hasta su llegada.

En el primer capítulo se narraba la partida de la nave, se recreaban los momentos previos al lanzamiento, con la cuenta atrás incluida, unas circunstancias ya vividas por el público norteamericano en esos días, como por ejemplo el despegue del astronauta Jhon Glenn, que mantuvo a los EE.UU. en vilo en 1962. También en ese mismo capítulo, el paseo espacial de Jhon Robinson, para reparar el Júpiter 2, recordaba en cierta manera el auténtico paseo de ED White, pocos meses antes, en el Géminis 4, julio del 65.

Las historias empezaron a contarse solo en el Robot, Will y Smith, incluso en ocasiones ni siquiera aparecían al profesor Robinson, ni su mujer Maureen. Guy Williams, en un capítulo, "The Astral Traveller", El Viaje Astral, sólo hace presencia escuchándose a través de un transmisor de radio. Algunos espectadores de la serie empezaron a cansarse de la nueva personalidad del Dr. Smith, muchos escribían a la prensa: yo ya no veo ese programa, no soporto más a ese Smith, ¿por qué no se libran de él los Robinson? A pesar de la buena actuación de Jonathan Harris, algunos críticos estaban cansándose del histrionismo chillón e hipocondríaco de su personaje.

La aparición de la serie de la ABC, The Invades, Los Invasores, en 1967, puso en apuros a Perdidos en el Espacio, los records de audiencia así lo mostraban. Allen retoma la historia, volviendo otra vez a episodios cargados de acción y aventura, donde se mostraría un Júpiter 2 viajando de planeta en planeta, enfrentándose a peligro y a las amenazas de los extraterrestres, serían más creíbles, a la manera de Star Trek.

En la tercera época se mostraban, además, excitantes planos del Júpiter 2 surcando el espacio. Se incluyó también una pequeña nave de desembarco, que salía del interior del Júpiter. Este pequeño vehiculo recordaba el modulo lunar de las emisiones Apolo, que empezaba a ponerse de moda en aquel tiempo.

En la tercera entrega se observaba el hecho de que Will y Penny y no son los pequeños niños de los primero episodios, aparecen como unos crecidos adolescentes, Will luce casi tan alto como Smith.

Se cambiaron otras cosas, como el tema musical, compuesto por Jhon Williams que dio una imagen de mayor energía en la serie, o los créditos de presentación, diseñados por Phil Norman.

Durante esta tercera temporada la serie se mantuvo bien en los records de audiencia, pero a medida que avanzaba la misma, las historias comenzaron a perder calidad. De pronto, calladamente, en 1968, CBS canceló la serie, cuando Allen preparaba la cuarta entrega. Furioso, este llamo a los responsables de la cadena: "Esta serie puede durar todavía 10 años más". Hubo protestas de los fans, ¿cómo pueden retirar el mejor programa de televisión?

Allen terminó reconociendo que su muestra de TV estaba más centrada hacia un público infantil, los patrocinadores se quejaban porque los niños no compraban

champú ni detergentes. Además el presupuesto para la futura cuarta entrega se había disparado a 170.000 dólares por episodio. Por otra parte era un hecho que la serie había ido cayendo en los records de audiencia, desde su presentación en su primera entrega. Así acabo su andadura por las pantallas de TV Perdidos en el Espacio, desde ese momento sólo quedaron las reposiciones para poder seguir disfrutando de esta original y genial serie.

De tomas formas se recuperarían, tiempo después, algunos elementos del serial, para otros programas de televisión. A finales de los 60 Allen ideo una continuación de LIS, Rodney el Robot, una comedia familiar de media hora, con el robot haciendo de mayordomo mecánico de una familia típica norteamericana. Pero finalmente el proyecto fue rechazado por la CBS.

También se hicieron dibujos animados para la TV, realizados por Hanna-Barbera, con el Dr. Smith y el Robot como protagonistas. El Júpiter 2 era remplazado por un aerodinámico cohete espacial. Las historias eran correctas, aunque la animación más bien resultaba mediocre.

La productora Hanna-Barbera realizaría también la serie “La Isla Misteriosa”, donde aparecía un robot modificado. Con el tiempo “Perdidos” empezó a ganar popularidad, sobre todo a raíz del estreno de Star Wars.

Poco a poco las referencias de la vieja serie se harían habituales en programas de televisión, como en Roseanne, o en más de un episodio de los Simpson. También alusiones sutiles, como por ejemplo citamos un episodio de Star Trek, la nueva generación, donde una ficha de ajedrez tiene la forma del Robot. Y en la película “Hackers” (Pitaras Informáticos) uno de los personajes luce una gorra con el logotipo de Lost in Space. Y en 1998 la película, que ayudó a popularizar y recordar esta antigua serie de televisión a finales de los 90s.

Ahora, en estos momentos, se prepara una nueva serie, Lost in Space, para la televisión, esperemos que pronto podamos verla en nuestras casas. Bueno, y nada más, hasta siempre y...”No temáis, Smith está aquí”.

Fernando Caz

Este artículo utiliza datos de la obra The Hitstory of TVs Lost in Space, de Mark Philips.

Transformers: renace el fenómeno

En los últimos años el fenómeno Transformers ha resucitado con fuerza, protagonizando una nueva serie de televisión, vendiéndose una línea de juguetes inéditos, y apareciendo en el mercado todo tipo de juguetes, útiles escolares y colecciones de cartas de poder. Los Transformers se han destacado sobre otros productos resucitados como "Masters del Universo" o "Go-Joe".

Uno de los últimos lanzamientos con el logo "Transformers", como bandera, ha sido el video juego oficial de Atari, un espectacular juego de acción, donde aparecen Optimus Prime y compañía en busca de los minicons.

Al contrario de lo que muchos pueden pensar, el origen de Transformers no se encuentre en tierras estadounidenses, sino que su base fue obtenida en Japón, la cuna de las series de robots transformables. Esto se debe a que Hasbro, la compañía americana responsable de los Transformers, negoció un acuerdo con Takara (una gran compañía japonesa de producción de juguetes y video juegos), para utilizar algunos de sus juguetes en el mercado americano. Tras tener la licencia, Hasbro volvió a tierras americanas y se puso en contacto con Marvel, para que estos crearan una historia, un comic y una serie de televisión con sus nuevos robots como protagonistas.

El proyecto se tomaba destacable, ya que abarcaría los tres mercados más importantes en aquel momento: comic, serie de televisión y línea de juguetes. Un tiempo más tarde, en el año 1984, con la serie de televisión y el comic ya creados, Hasbro puso a la venta la primera remesa de juguetes Transformers, incluyéndose en esta, 12 coches, 3 aviones, 6 mini cohetes, 5 cintas, un reproductor y una pistola. Los juguetes fueron un absoluto éxito gracias al comic y a la serie de televisión, por lo que Hasbro lanzó una segunda colección (con más robots reciclados de otras series japonesas).

Por desgracia, con el paso de los años el mundo de "Transformers" comenzó a perder fuerza, y aunque se pusieron a la venta robots de fabricación propia, su popularidad en Estados Unidos decayó alrededor de inicios de los 90.

Tuvieron que pasar algunos años, para que la fiebre del revival recuperara a nuestros amigos robots, quienes pronto volverían a ser el centro de atención de todas las miradas. Con nuevos diseños, una serie de animación renovada, y juguetes mucho más apropiados para los tiempos actuales, Transformers volvió a instaurarse en todo el mundo, llegando a protagonizar incluso video juegos.

Actualmente, tras arrasar con todo el mundo con "Transformers Armada", la serie se ha convertido en "Transformers Energon", en el cual los autobots deben de tener a los decepticons, quienes han unido fuerzas con Unicron.

La historia del universo "Transformers" varía si miramos el comic o la serie de televisión, pero a grandes rasgos nos muestran algo en común: un mundo poblado por robots transformables, que viven con personalidad propia, como si fueran humanos.

LA HISTORIA

Según la primera serie de televisión, los Transformers fueron creados por los Quintessons, quienes diseñaron dos tipos de robot: los esclavos o juguetes, y los soldados o armas para el combate. Después de explorar sus productos y tecnología hasta cosas insospechables, los quintessons descubrieron que sus robots habían cobrado conciencia propia, rebelándose para no ser esclavizados nunca más.

Como era de esperar, tanto autobots como decepticons no estaban dispuestos a ser utilizados, e iniciaron una guerra de independencia contra sus creadores.

El Pato Donald cumple 70 años

Con su traje de marinero sin pantalones, su mal genio, su incomprensible leguaje, 150 cortos y cinco películas a sus espaldas, el Pato Donald cumple 70 años de edad.

Quizás su popularidad esté de capa caída ante los nuevos personajes tridimensionales de Disney, o los héroes de carne y hueso como el aprendiz mago Harry Potter; sin embargo, el Pato Donald hace parte de los recuerdos infantiles de varias generaciones.

“No hay ni una persona en Estados Unidos que no se pueda identificar con él. Es todas las cosas, es todo el mundo. Comete los mismo errores que todos cometemos”, dijo alguna vez Carl Barks, considerado como el padre de la caricatura.

Pero el Pato Donald es producto, antes que nada, de la voz gangosa de Clarence Nash, imitada sin muchos resultados por varias generaciones de niños y origen de un viejo dicho que dice que “cantas peor que el Pato Donald comiendo polvorones”.

La historia dice, inclusive, que Walt Disney escuchó la voz de Nash por radio cuando recitaba una poesía infantil con voz de pato y lo contrató para hacer de “pato anónimo” en un corto protagonizado por Mickey Mouse.

Un tiempo después, Disney pidió a su equipo e animadores que crearan un personaje que se adecuara a la voz, y de esta manera hizo Donald su primera aparición en 1934 en el corto “La Gallinita Sabia”.

En sus principios, Donald era un pato un poco más alargado con pinta de cisne, pero fue en manos del animador Carl Barks que adquirió su figura actual.

Desde entonces, su mal carácter conquistó a l público estadounidense, y durante la década de los 40 protagonizó más cortos que cualquier otro personaje del mundo Disney.

Y es que Donald, para algunos, representaba un sano contraste para el siempre responsable y suertudo Mickey Mouse. Algunos, incluso, recordarán a su elter ego Patomas o Super Pato, un héroe de capa y antifaz armado de botas para saltar a más de 30 metros de altura y tapones radioamplificadores, y con un carácter mucho más asertivo que el del pobre Donald.

Para celebrara su aniversario, la compañía Disney planea varios eventos especiales en todos sus parques de diversiones, con tortas gigantes y exposiciones de sus mejores momentos cinematográficos.

En una de las fiestas, el diseñador alemán Karl Lagerfeld acudirá vestido con el traje de Donald, muchos esperan que no imite la falta de pantalones.

Referencias bibliográficas

- Artículos Biblioteca Luís Ángel Arango
- <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/infantil/noticias58.htm>
- Historia de dibujo animado en Colombia:
http://www.fusionarte.net/html/body_historia.html
- <http://www.dibuani.com/index1024.html>
- <http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpZAlEuZIFXTBhBdBu.php>

Historia de la Televisión Colombiana

<http://www.colarte.arts.co/actores/general/recuento.asp?nomartista=general+General&idartista=15050>

Calíbrese, Omar. La era Neobarroca. Ediciones Cátedra, Madrid, 1987.
González – Requena, Jesús. El discurso televisivo: espectáculo de la post/Modernidad. Ediciones Cátedra. Madrid. 1988

<http://nostalgialostspace.galeon.com/serie.htm>

