

870124

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.



72

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CINE POR TELEVISION

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

CARMEN ESTHER SANTIAGO VIZCARRA

GUADALAJARA, JAL., 1986



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE GENERAL

PROLOGO	2
Dedicatoria	5
CAPITULO I. CARACTERISTICAS DE LOS MEDIOS	
A) El Cine	6
B) La Televisión	11
C) Diferencias de Ambos como Proyectadores de Películas	14
Notas al Capítulo I	20
CAPITULO II. RELACION ENTRE CINE Y TELEVISION	
A) El Telecine	21
B) El Videocaset	23
C) Películas por Cable y Satélite	27
Notas al Capítulo II	31
CAPITULO III. ACCION DE LOS NEGOCIOS DE VIDEOCASETS Y SU PROBLEMATICA LEGAL	
A) Funcionamiento y Distribución	32
B) La conflictiva entre la Actualidad Jurf- dica Autoral y los Avances Electrónicos- en la T.V.	36
Notas al Capítulo III	43

CAPITULO IV. FUTURO DE LA RELACION CINE-TELEVI

SION

A) Panorama actual de la relación Cine-Tele <u>visión</u>	44
B) Prospectiva de la Relación Cine-Televi-- sión	52
Notas al Capítulo IV	63

CONCLUSIONES 64

SIGLAS Y ABREVIATURAS PRINCIPALMENTE UTILIZADAS 74

BIBLIOGRAFIA 76

CINE POR TELEVISION

Trabajo de Tesis Profesional presentado por Carmen Esther Santiago Vizcarra como requisito para obtener la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guadalajara, Jalisco. 5 de marzo de -- 1986.

Universidad Autónoma de Guadalajara.

PROLOGO

El cine, ya había sido proclamado (además de medio de -
Comunicación, diversión, creador de fantasías y presentador de
realidades), la última de las Bellas Artes, cuando la televi-
sión apenas andaba en pañales.

La televisión, que se ha convertido en gran consumidor -
del tiempo humano, presenta un soporte técnico muy importante-
para los avances electrónicos modernos. La pantalla de televi-
sión sustenta a las cadenas, la televisión por cable, las ----
transmisiones vfa satélite, los videojuegos, es terminal de --
computadca y proyectadora del software de la videocasetera.

Desde la invención del telecine, fue posible la proyec--
ción de películas por televisión. Después, las películas ve---
nían a la televisión por los satélites de comunicación, por ca
ble y por los videocasets.

La primera pregunta a formularse sería ¿Los filmes que -
se transmiten por televisión son realmente cine por televisión
o sus características electrónicas hacen de las películas tele
visión en sí?

El cine de las salas tuvo un descenso en su público a --
principios de los ochentas y las causas tienen que cuestionar-

se; van desde falta de higiene en las salas, precios elevados en las entradas y el gusto del público por ver películas por televisión ya sea mediante videocaseteras, cable, platos de satélite o la programación de las cadenas.

Cualquiera de estas posibles causas, o las 3 sumadas con algunas más, nos enfrentan al hecho de que la televisión proyecta de diversas maneras un número muy grande de filmes. Entonces nos damos cuenta que las películas llegan a muchos lados y gracias a la amplitud de la televisión una película puede tener audiencias millonarias en una sola proyección.

Pero debemos preguntarnos ¿Cuáles de los dos medios, el cine o la televisión presenta más ventajas como proyectador de películas? ¿Qué ventajas y desventajas ofrecen cada uno para la proyección de un filme?

Ahora bien, el problema de la relación cine-televisión no es sólo en cuanto a la proyección. El cine familiar se enfrenta a la tarea de elegir entre una grabadora de video o la tradicional cámara de super 8 para la proyección y filmación del cine familiar. ¿La cámara de super 8 tiende a desaparecer?

Por otro lado, el auge de los nuevos avances electrónicos hace recapacitar sobre las leyes autorales que se hicieron cuando la televisión no se inventaba y que por lo mismo deja a

los videogramas, satélites de comunicación e imágenes por cable, fuera de su marco reglamentario.

Este trabajo pretende informar sobre las prácticas de -- los negocios de videocasets y los problemas legales de los videogramas así como los últimos acuerdos sobre la Ley del Derecho de Autor en México.

Dedico esta tesis con todo cariño a mis padres Q.F.B. Reyes Santiago M. y Carmen Esther V. de Santiago.

A mis hermanos Rosario y Evaristo. Y a mis abuelos Agustín Vizcarra V. Esther V. de Vizcarra y Rosario Montoya Vda. de Santiago.

Agradezco profundamente mi formación profesional y humana a mi -- Universidad Autónoma de Guadalajara, a mis maestros, en especial a mi director de Tesis Dr. Silviano Hernández G. y a mis queridos compañeros de la generación 80-84.

CAPITULO I
CARACTERISTICAS DE LOS MEDIOS

A) EL CINE

El cine es una combinación de imagen y sonido que puede reflejar la realidad o desarrollar fantasías. Sus principios se encuentran en la fotografía, de hecho es un perfeccionamiento de ella.

Está basado en la fisiología humana, ya que en el ojo penetra la imagen por la pupila, y se forma invertida en la retina, el cerebro se encarga de corregir esta imagen reestableciendo el sentido original que tiene el objeto.

Este fenómeno se reproduce constituyendo la cámara oscura en memoria de aquel cuarto oscuro donde Leonardo Da Vinci, observó por primera vez en la pared las imágenes del exterior que se filtraban por una estrecha rendija. (1)

Pero faltaba algo muy importante, una placa o película sensible, que captara esa imagen y que se cambiara constantemente; tenía que taparse el orificio o rendija para que se abriera sólo en el preciso momento de fotografiar.

Así nacieron la película (que es una cinta transparente

perforada, o base, cubierta por un material sensible a la luz-
que es la emulsión) y el obturador.

Nuestra retina conserva durante un dieciseisavo de segun-
do la última imagen recibida, basta contemplar una segunda ima-
gen antes de que la primera desaparezca para dar la ilusión de
movimiento continuo.

Gracias a la "persistencia retiniana" se puede hacer que
descomponiendo el movimiento en varias fotos, que tomadas y --
proyectadas después a la misma cadencia, a intervalos menores-
de un dieciseisavo de segundo, nos den la sensación de un suje-
to que se mueve.

Entonces se les ocurrió a los hermanos Lumière el "cine-
matógrafo" que respondía a las exigencias de lograr que una pe-
lícula se desplazara y tuviera un obturador adecuado.

Para que la película avanzara de forma regular, dispusie-
ron de la "garra de arrastre" cuya varilla de mando realiza un
movimiento de traslación alrededor de un eje fijo, al avanzar,
la garra penetra en una de las perforaciones laterales de la -
película y en su retroceso, la arrastra consigo en la medida -
de un fotograma, sin detenerse suelta la perforación mientras-
sube. para repetir todo el proceso.

Por lo anterior se deduce que una película rodada a 16 - i.p.s. (imágenes por segundo) ha recibido una exposición de luz de un treintaidosavo de segundo.

Por varias razones de orden mecánico, las primeras cámaras con motor funcionaban a 18 imágenes por segundo, tal es el caso del cine mudo.

La velocidad de rodaje del cine profesional es de 24 i.- p.s.

Este gancho que inventaron los hermanos Lumière se sigue utilizando en las cámaras de cine actuales.

En los proyectores se utiliza el mecanismo de la "Cruz - de Malta" que hace girar con movimientos intermitentes una rue da dentada cuyos dientes penetran en las perforaciones de la - película y también fue empleada por Lumière.

En tiempos de exposición a la luz de cada fotograma se - realiza mientras la garra sube y avanza. El desplazamiento de - la película tiene lugar entre dos exposiciones sucesivas.

El obturador consistió en un semi-disco que gira entre - la película y la ventanilla de exposición.

Se trata de un disco abierto en ángulo de 180 grados, al girar, bloquea la ventanilla mientras la garra arrastra la película y pone en situación de ser impresionado el siguiente fotograma.

En la segunda etapa de un movimiento libera el fotograma y permite el paso de la luz.

Así, si la película rueda a 16 i.p.s., el semidisco da una vuelta cada dieciseisavo de segundo.

De esto, la primera mitad de dicho dieciseisavo de segundo el fotograma o ventanilla está descubierta y expuesta a la luz.

La garra se ha retirado y sube en busca del siguiente fotograma.

Durante la segunda mitad de dieciseisavo de segundo, la ventanilla se queda bloqueada por el semidisco y la garra penetra en la perforación y arrastra la película.

Parte muy importante de las cámaras profesionales son -- los objetivos. Las cámaras comunes deben tener cinco diferentes objetivos montados en una torreta que permite el cambio rápido ya que gira.

Este tipo de cámara es muy voluminoso y pesado por lo -- que se sustentan en soportes especiales y para hacer desplazamientos se deben colocar en plataformas, carretillas o grúas.

Otro rubro muy importante en la realización cinematográfica es la copiadora.

El negativo definitivo de una película es la matriz para hacer copias positivas que se van a proyectar.

La copiadora-reveladora es el artefacto que realiza las dos funciones que indica su nombre y consta de la copiadora, - cuatro cubas o baños de revelado y un armario de secado.

Del negativo original se obtiene el positivo de grano fino o copia lavanda o malva y de éste se obtiene un doble negativo del cual se obtienen los contratipos o copias positivas.

Entre 1930 y 1950 el sonido fue registrado fotográficamente (hoy es electromagnético) y se hacía una película de - sonido que tiene menos sensibilidad que la común.

La película, fundamental en el cine, tiene los siguientes formatos: 70, 35, 16, 8 y super 8 mm.

El primer filme que se fabricó fue de 35 mm. en 1889 para Edison por Eastman.

La base de las primeras películas está hecha de celuloide que es una mezcla de alcanfor y algodón, demasiado inflamable y explosiva por lo que Agfa en 1908, la reemplazó por acetato de celulosa que tenía la desventaja de envejecer destruyendo la emulsión y por consiguiente la imagen.

En 1948 se fabricó el triacetato que además de no ser inflamable, tampoco reacciona con la emulsión.

En la película, la parte del triacetato es la parte brillante, la opaca pertenece a la capa de sales de bromuro de plata (u otra sal de plata con un aluro) sensibles a la luz.

El nacimiento comercial del cine se considera en 1894- 1895 y admitido como elemento artístico entre 1920 y 1930.

B) LA TELEVISION

Televisión significa imagen visual a distancia, esa distancia es el estudio de televisión.

Un objeto, frente a una cámara de televisión, es captado y llevado a la pantalla de nuestras casas de la siguiente manera:

Primero, el objeto tiene que estar iluminado, la luz incide al objeto y refleja una imagen lumínica al interior de la cámara. Es una imagen muy pequeña que tiene que convertirse en imagen electrónica. Esta imagen pasa a 3 tubos que le irán dando características de color del objeto a cada punto.

Veamos lo que ocurre dentro de cada tubo; la imagen lumínica llega a un dispositivo, al chocar con éste, la luz o fotón, desprende electrones que bombardea a gran cantidad y que irán formando la imagen electrónica ampliada que pasará al condensador.

Por medio de los cables de las cámaras, la imagen electrónica sigue su recorrido hacia el mezclador de imágenes o "mixer" que envía la señal a las antenas del canal. Ahora bien, esta imagen electrónica, que fue imagen lumínica, tiene que volver a transformarse y convertirse en señal electromagnética para poder viajar a través de los campos magnéticos y llegar a la antena receptora de nuestras casas y convertirse de nuevo, dentro del televisor, en imagen lumínica que, en forma de puntos, electrones, formaran la imagen del objeto transmitido a distancia.

Por supuesto que el mecanismo de la televisión es muy complejo, pero no es propósito de esta tesis adentrarnos en tales aspectos sino exponer lo más elemental de su funcionamiento.

to con el fin de hacer comparaciones con los métodos y técnicas del cine.

Un breve resumen de la historia de la televisión sería - la siguiente.

-1900 a 1930: La televisión está en su período científico-técnico.

-1937 a 1939: Empieza a tener aspiraciones artísticas.

-1944: Empieza el movimiento comercial en serio.

La televisión empezó 3000 años después del teatro, 50 -- después del cine comercial-mudo, 20 años después del florecimiento del radio y 15 después del cine sonoro.

"En cada país, la televisión se organiza en base al sistema radiofónico preexistente y se desarrolla según pautas y formas estrechamente ligadas a las condiciones políticas, económicas y socio-culturales nacionales". (2)

Suele confundirse Televisión con video, pero en el libro "En torno al Video" (3) se dan dos definiciones que marcan una gran diferencia.

"Televisión, es la transmisión sincrónica de sonidos e imágenes y su recepción simultánea". La definición del Video -

dice: "La Manipulación y/o registro y/o reproducción de sonidos e imágenes por procedimientos magnéticos de forma sincrónica y simultánea". Así, al hablar de las películas en "video ca set" no estaremos hablando de televisión en sí, sino de videos que se valen de las técnicas de este medio y que constituyen - otra opción para la utilización del aparato receptor de televi sión.

C) DIFERENCIAS DE AMBOS COMO PROYECTADORES DE PELICULAS

En primer lugar, estamos hablando de dos medios de comunicación de origen y funcionamiento muy diferentes. La televisión es una industria electrónica, mientras que si hablamos -- del cine, nos tendremos que expresar en términos de Industria-
Fotográfica.

El filme es el medio técnico, producido me---
diante fotografías seriadas de acontecimientos y ob-
jetos en movimiento y su continua proyección lumino-
sa, cuya finalidad es la visualización óptica con --
reproducción acústica agregada, de un mundo de imá-
genes continuamente cambiadas, que provoca en el su-
jeto la experiencia artificial de dichos aconteci-
mientos y objetos, con todos los efectos psíquicos-
concomitantes y con la ilusión de percibir la reali-
dad. (4)

Feldman da una definición muy completa de la televisión-
y define a ambos, cine y televisión, como artes de la imagen.

La televisión consiste en una experiencia icónica artificialmente producida, de acontecimientos y objetos cambiantes registrados mediante la cinematografía, explorados en forma puntual por rayos electrónicos, transmitidos por señales eléctricas de acuerdo con su intensidad luminosa y difundidos por transmisión inalámbrica, de modo tal que esas señales al ser recibidas, pueden reconvertirse en efectos luminosos adecuados y proyectarse en forma puntual y localizada sobre una pantalla que posibilita la experiencia icónica con la impresión de vencer la realidad. La simultánea recepción acústica se obtiene, en cuanto al registro, mediante la técnica del cine sonoro, en cuanto a la difusión, mediante la radiofonía. La peculiaridad de este medio, en comparación con la cinematografía, reside en la posibilidad de la transmisión directa de la realidad registrada, a través de las imágenes de los aparatos de televisión. Además, la radiodifusión, ofrece las imágenes del lejano acontecer a un número ilimitado de receptores en cualquier momento y lugar, de modo que un público ampliamente disperso es transportado a una situación como de ubicuidad cuyo alcance depende de las condiciones técnicas de la transmisión. (5)

Por muy diferentes que sean entre sí estos dos importantes medios de comunicación, la verdad es que ambos son proyectores de filmes.

El cine es arte, entrar a una sala cinematográfica es entrar a un mundo fascinante. Las imágenes grandes, la oscuridad de la sala, el silencio, las exclamaciones, todo ese conjunto, hace de los cines un medio ideal para muchos, de ver una película y ahí incluimos las palomitas de maíz, el refresco y la salida de fin de semana. Las salas cinematográficas son también una tradición.

En cuanto a la televisión, es uno de los principales medios de comunicación, que tiene las cualidades suficientes para evolucionar con el tiempo y llegar a ser un medio con más -
facetas de las que le conocemos en la actualidad, que ya es mu
cho decir.

Pero en este trabajo no estudiaremos a la televisión, si
no como proyectador de películas. Sus ventajas son que se pue-
de ver una película a la hora que se desee, tener una selec---
ción de las mismas, la posibilidad de volver a repetir instan-
táneamente los puntos de interés; se pueden ver películas en -
la cama, en la cocina, en cualquier sitio; ahora se pueden ad-
quirir originales de las productoras de videocasets que tienen
una excelente imagen y sonido, sin cortes; en cuanto al tamaño
de la pantalla, ya existe la pantalla gigante, aunque su uso -
no es aún común. Y las posibilidades de elección crecen: pelí-
culas en videocasets, por satélite, por cable o la programa---
ción de las cadenas.

Ver películas en salas de cine tiene sus desventajas, --
sin duda las dos más importantes son el descuido que se tiene-
en la mayoría de las salas y uno encuentra toda clase de bi---
chos y malos olores; la otra desventaja es el precio, aunque -
en nuestro país esto último no ha llegado a ser problema, pero
en Europa y los Estados Unidos, así como en muchas partes de -
nuestro continente, las entradas al cine son prohibitivas para
muchas personas.

En cuanto a las desventajas de la televisión, podemos resaltar el hecho de que no es frecuente que nos aislemos del mundo como cuando asistimos a una sala de cine (se pierde con frecuencia el poder de concentración) y estamos sujetos a muchas distracciones como son el teléfono, el timbre de la puerta, niños que entran y salen: también, resulta muy aburrido para muchas personas el permanecer en casa mientras que la salida al cine sirve de distracción de los problemas del hogar.

Hay que agregar que si es una película subtitulada, la pantalla chica resulta muy inconveniente y en el caso de que no lo sea, si no tenemos un dominio del inglés (en el caso que sea una película en este idioma) se nos pueden pasar diálogos muy importantes o cambiar el significado real.

Una gran diferencia entre los dos medios: un productor de cine, planificando cuidadosamente la radifusión de sus filmes (como Walt Disney) consigue explotarlos durante bastantes años. La televisión por el contrario, por la obsolescencia de sus productos, la continuidad de sus programas, la amplitud de su difusión, no tiene esta ventaja. Es conocido que "My Fair Lady" duró siete años en la misma sala, la televisión no puede pasar una película, o no le conviene más de una vez porque pierde auditorio.

Por definición, una emisión televisiva se consume en el instante mismo de su difusión.

Y es que, una emisión no constituye una obra individualizada que se desee ver muchas veces, por su propia naturaleza, - la televisión agrupa en una producción unificada distintas emisiones de las cuales, algunas pueden, eventualmente, ser mercancías culturales.

Por el contrario, el cine es una mercancía cultural porque se caracteriza por el hecho de que cada producto es específico, único, tornándose por tanto de valorización incierta.

Ahora se están haciendo, contrariamente a lo que se específica debe ser una película, copias en videocasset en producciones monumentales; se venden como pan caliente.

Cuando uno ve una película en el cine, la publicidad demarca no existe, se hace referencia al realizador, al actor, - a la acción; ver una película por televisión es otra cosa, la referencia es al patrocinador o al canal.

Uno está hablando de productos culturales, el otro de -- programación continua.

En lo que no tienen diferencias uno y otro medio es en - la internacionalización de sus productos, porque sus características son parecidas (Costo de producción elevado, costos - de duplicación y transportación bajos).

"Una comparación efectuada entre 35 países del mundo incluyendo Occidente, Oriente y los países subdesarrollados, --- muestra que en 1970 la participación de los programas impartidos para su emisión en los televisores de dichos países era -- siempre inferior al porcentaje de filmes extranjeros en las -- pantallas de las respectivas naciones". (6)

NOTAS AL CAPITULO I

- (1) Lafrance, André, "8/Super 8/16" (Barcelona, Ediciones - Daimon, 1975) p. 16
- (2) Richeri, G. "LA TELEVISION: ENTRE SERVICIO PUBLICO Y NEGOCIO" (Ediciones G. Gili, S.A. Barcelona, 1983) p. 7
- (3) Bonet, Eugeni, "EN TORNADO AL VIDEO" (Edit. Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1980) p.13
- (4) Feldman, Erich. "TEORIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION" (Editorial Kapeluz, Buenos Aires, 1977) p.33
- (5) Ibid
- (6) Flichy, P. "LAS MULTINACIONALES DEL AUDIOVISUAL" (Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982) p.201

CAPITULO II

RELACION ENTRE CINE Y TELEVISION

A) EL TELECINE

El telecine pudiera ser para algunos, el medio mecánico-que convierte al cine en televisión, por un mecanismo de proyectores y una cámara de televisión, que hacen que una película en 16 mm. la podamos ver en el televisor.

En pocas palabras, convierte los cuadros cinematográficos en puntos y líneas de televisión; hace del cine televisión.

Pero esto en lo referente a la técnica porque no podemos decir que una película deja de ser cine con sólo ser transmitida por la televisión, como tampoco que una película en videocaset ya no es cine sólo porque sus características electrónicas sean propicias para su difusión por la pantalla chica.

Técnicamente no son cine en su etapa de proyección, pero sí están realizadas con las técnicas del cine, planeadas, - filmadas y editadas, realizadas con el principal propósito de su exhibición en las salas cinematográficas, entonces estamos hablando de cine dentro del televisor.

Tan es cine una película transmitida por televisión, que

al estarla proyectando son molestos los continuos cortes para-comerciales porque no están previstos por el realizador cinematográfico y es usual un corte en el diálogo más interesante -- del filme para escuchar los anuncios.

Por esto se hacen películas exclusivas para televisión -- donde se planean o se adaptan cortes comerciales. De hecho, -- una película para televisión, es diferente a una película para las salas.

Cuando hablamos de telecine en México, inmediatamente -- pensamos en Pedro Infante o en películas de los años sesentas; son pocos los estrenos, y existen personas que son enemigas de ver estrenos por televisión. Resulta muy cómodo ver películas-viejas por televisión, si surge un inconveniente en casa, es -- muy probable que la pasen el próximo sábado o ya la hayamos -- visto "más de ochenta veces".

B) EL VIDEOCASSET

En 1972, Philips lanzó al mercado europeo un nuevo tipo de magnetoscopio, el V.C.R. (Video Cassette Recording) que -- dirigió a la vez al mercado institucional y al gran público. --
(1)

El verdadero despegue se produjo en 1977, todas las grandes compañías electrónicas, a excepción de Philips y Grundig, - se inclinaron por uno y otro de los dos formatos nuevos de media pulgada, el Betamax de Sony y el VHS de Matsushita (esta diferencia de formatos es en relación al tamaño de videocaset - de acuerdo, a su vez, a la marca de videocasetera.

En Estados Unidos los magnetoscopios se vendieron durante los primeros meses a unos mil trescientos dólares y un año después era posible adquirirlos de rebaja en un precio de 650 - dólares.

Mediante una encuesta realizada en Estados Unidos y otra en Francia, se ven unos resultados más o menos equivalentes, entre un 80 y un 90 por ciento de los propietarios de videocaseteras lo utilizan para ver programas que han grabado a partir de la televisión. (2)

En Estados Unidos, el consumidor medio dispone de unas ocho cintas (esto en 1982); una vez que las ha grabado, las borra y las vuelve a utilizar. Parece, por tanto, que no exis--

te un intento de creación de una MEDIATECA, sino más bien la -
formación de unas existencias provisionales que permitan una -
utilización más flexible de la pequeña pantalla. (3)

Esta impresión se ve confirmada por los resultados de la encuesta estadounidense que muestra que, en promedio, el 56 -- por ciento de los usuarios de magnetoscopio graba un programa -- bien cuando no se encuentra en casa o mientras está viendo --- otra cadena; los telespectadores que graban el programa que es --
tán viendo (para volverlo a ver o para conservarlo indefinida --
mente) constituyen únicamente el 24 por ciento del total. (4)

Así pues, parece que la videocasetera constituye un me--
dio para enfrentarse con más instrumentos a la variedad de ---
elecciones que la televisión ofrece.

Además, los propietarios de magnetoscopios a menudo se -
reclutan entre los telespectadores que disponen de opciones --
muy amplias (abonados al cable o con antena parabólica). Los
programas grabados son, de forma prácticamente preponderante -
filmes. Según la encuesta francesa, las emisiones que más se -
grababan son también, en un 93 por ciento de los casos, las pelí
culas. (5)

No hay duda de que a los productores de cine estadouni--
dese les inquietó lo que consideraban las "fechorías" del mag-
netoscopio.

Las compañías Walt Disney y la Universal, no dudaron en intentar demandar a Sony con el fin de conseguir la prohibición de la venta del aparato Betamax. El temor de los productos cinematográficos no es imaginario, pero después se dieron cuenta que el desarrollo de una edición en video es muy redituable si ellos controlan rigurosamente su comercialización.

Hoy, el magnetoscopio vive de la televisión, si bien empieza a prepararse para una nueva utilización parecida a la del cine en familia.

Los productores de cine despertaron al nuevo interés de la edición de videocasets, ya que encuentran aquí un argumento suplementario de venta para su material.

Por lo tanto, el videocaset se presenta como posible sustituto del super 8, de hecho en Europa las cámaras de Super 8 se rematan, mientras que sale al mercado la cámara de videocaset que transmite directamente la película a la televisión, dejando a un lado ya, la videocasetera.

Efectivamente, las filmadoras de video ofrecen la ventaja de un sonido completamente sincronizado, permitiendo ver la filmación de inmediato, y sobre todo, verse en un monitor cuya utilización es cotidiana, mientras que el proyector de super 8 y la pantalla, hacen necesaria una manipulación específica.

La industria del cine amateur, se prepara y construye -- una filmadora de revelado instantáneo.

Desde finales de 1978, en Estados Unidos, se está produciendo un aumento en el número de filmes de super 8 que se graban en videocasets, este hecho indica que la televisión se está convirtiendo en el soporte principal de la proyección familiar de imágenes. (6)

Aunque no existen encuestas que arrojen luz sobre la situación del Super 8 en nuestro país, la evidencia del predominio del video en las tomas familiares, está en el uso del mismo en la filmación de bodas, bautizos, etc.

C) PELICULAS POR CABLE Y SATELITE

Las películas viajan vía éter y pueden llegar a nuestros hogares mediante el plato de satélite (antena parabólica) o por el cableado conectado a nuestro receptor, que del mismo modo, -capta las señales con platos de satélite.

Los problemas que se presentan con las modernas comunicaciones parecen no encontrar solución. En resumen, todo aquel - que tenga antena parabólica o esté abonado al cable, recibe ca- nales a los cuales no les paga el derecho de uso.

Vicasfn (Visión por cable de Sinaloa) y Visión por Ca- ble de Sonora, (concesionarias que reciben señales de satéli- te y las distribuyen a sus suscriptores) nos hablan de probl- mas que surgieron con los propietarios de cadenas por cable de Estados Unidos.

Todo empezó cuando un propietario de HBO ENTRETAINMENT - (Home Box Office Entertainment) que es un canal de pago que- cuenta con gran parte de las mejores películas de distribución a distancia, se dio cuenta de que su canal era recibido en in- finidad de hoteles, casas con antena parabólica o suscriptores de cable los cuales no pagaban al canal la suscripción corres- pondiente.

En México, pagaban a la SCT (Secretaría de Comunicaciones y Transportes) los derechos de uso de parabólica, pero a ellos no se les pagaban derechos de exhibición.

Las empresas de distribución en México dijeron que se había realizado una junta en la que participaron propietarios de canales de cable, concesionarios en México de uso de parabólicas con suscriptores de cable (o sea ellos) y anunciantes de las cadenas.

Las conclusiones: muy pocas. El pleito por el espacio aéreo no termina (en realidad, apenas empieza). Los negocios de distribución de cable tienen prohibido la comercialización, esto es, la introducción de material comercial que no sean los -- anuncios que ya vienen del canal.

HBO, a la cabeza de los canales por cable, hizo el reclamo de que, el recibir su canal implicaba la suscripción correspondiente. Ante la falta de legislación al respecto, HBO creó un codificador de señal que hace imposible la recepción de su canal si no es a través de un aparato que se instala al suscribirse. El problema: los mismos norteamericanos ya inventaron un decodificador que anula esta invención que parecía ser la solución.

Pero existe otro problema, los anunciantes de las cadenas reclaman (como es lógico suponer) que no haya restric---

ción en la recepción canales, ya que pagan precios altos por sus anuncios, y mientras lleguen a más público...

Al menos los distribuidores de cable, ya no captan HBO, - (que fue la que más peleó por sus intereses) y en los hoteles de México desapareció el ya famoso "Recibimos HBO". Esto debido a que no tenemos aquí el codificador ni el decodificador. - Aunque es relativamente más factible el control en los distribuidores de cable, los propietarios de platos de satélite reciban las ondas que bien podían llamarse "tierra de nadie".

Otras empresas de canales de cable, como "Showtime Excimet" metieron el codificador, y aparece un anuncio que dice -- que si usted no está abonado al cable pagando su canal, dejará por unos momentos de sintonizar el canal, por supuesto que los que no poseen el decodificador (y no pagan el canal por lo -- que tampoco poseen el aparato que recibe su señal) ven con -- tristeza que no van a ver el programa o la película que sigue, al menos el principio.

Como ya se expuso, existe un aparato que nulifica el --- efecto del codificador de señal, lo que no se sabe es que si - se inventará otro aparato, un tercero que nulifique al decodificador y logre al fin, un control en este campo.

Si esto sucede, si se inventa un control que funcione, -

significaría que cada suscriptor de cable lo tendría que adquirir, entonces podría, si no acabarse, si bajar en mucho la suscripción a una cablevisión que en estos momentos es muy barata.

En esta batalla, propietarios de distribución por cable y anunciantes contra propietarios de canales en la cual la ley no tiene control, solamente cabría una solución técnica y empujar así al fin las delimitaciones y reglamentación de las ondas en el espacio.

NOTAS AL CAPITULO II

(1) Flichy P. op. cit. p. 116

(2) Ibid

(3) Ibid

(4) Ibid

(5) Ibid

(6) Flichy P. op. cit. p. 120

CAPITULO III

ACCION DE LOS NEGOCIOS DE VIDEOCASSETS Y SU PROBLEMATICA LEGAL.

A) FUNCIONAMIENTO Y DISTRIBUCION

Según Videocentro, desde hace cinco años, "México entró en el mercado de materiales videograbados: "Los videoclubes copiaban o reproducían títulos originales importados ilegalmente u obtenidos de otros clubes con demérito de la calidad por las sucesivas copias. Sus operaciones no respondían a ningún tipo de control y ante el requerimiento por parte de los productores de películas en México y en el extranjero de que cesaran inmediatamente sus actividades, so pena de ser clausurados, se propone una organización que distribuya, rente y venda materiales videograbados", señala Emilio Osabahr, director de promoción de Videocentro. (1)

Lo que pasaba, era que se le dio a la actividad un giro fiscal y no aparecía como negocio, como Sociedad Anónima, sino como Asociación Civil, donde unos cuantos socios se reunían y daban una cantidad determinada de dinero o de videocasets (que en su gran mayoría son películas salvo algunos conciertos musicales), pero eso no se lo creyó nadie, eran negocios de videocasets disfrazados de videoclubes.

Los precios de los videoclubes independientes, que son -

aproximadamente 700 en todo el país, amén de sucursales, son menores de los que ofrece videocentro. Algunos cobran entre -- cinco y siete mil pesos anuales por suscripción y doscientos -- la renta diaria del videocaset. La mayoría de estas compañías-- (en realidad todas menos Videohogar de Guadalajara) no tienen títulos licenciados.

Videocentro, que es una empresa de Televisa y recibe su material de videovisa, tiene aproximadamente 120 títulos de -- las compañías norteamericanas: Canon Films Release, Orion, Ci-- ma Films, Paramount, Family Home Entertainment, además de las-- mexicanas.

Los independientes consiguen sus películas de las compa-- ñías Omnivideo, de los Angeles California; Videohogar y Vidite-- le. Los títulos de su catálogo son diferentes a los de Video-- centro, aunque el tipo de películas no difiere mucho: en su ma-- yoría filmes norteamericanos comerciales, que son los que más-- piden los suscriptores, según los dueños de videoclubes (que-- dicho sea de paso, no ven costeable comprar películas de arte-- que la gente no quiere ver).

La Compañía Videovisa, que obtiene la franquicia de las-- compañías involucradas para la reproducción y venta de los vi-- deocasetts obtuvo los derechos para su distribución y renta en-- toda la república.

Videocentro, se ha establecido en los mismos lugares que en otro tiempo eran clubes de video "fuera de la ley" (como - reza su publicidad) y que se afiliaron al sistema de ésta empresa tan fuerte.

Esta empresa pide para afiliarse siete millones de pesos de fianza y 50 por ciento de las ganancias, la instalación de una computadora para llevar el control de las películas y los socios, dos empleados de salario mínimo y un local de 50 metros cuadrados, esto, a cambio de buenas copias, según el propietario de un videoclub. Aunque otros especificaron que también les piden dos letreros luminosos y alfombras y por estas razones, no es posible que se asocien muchas pequeñas empresas.

Un funcionario de Videohogar de Guadalajara, nos comenta que Videocentro realmente deja a los propietarios de videoclubes muy pocas ganancias, mientras que Videohogar no pide nada, sólo se dedica a vender o rentar copias a videoclubes independientes mediante convenios y según él, el margen de ganancia de los propietarios de negocios de videos, aumenta.

Videocentro declara contar con 20 mil suscriptores en todo el país mientras los videoclubes independientes operan en 700 lugares de la república.

Sus condiciones de afiliación son 10 mil pesos semestra-

les de suscripción, 420 pesos de alquiler diario de películas infantiles y mexicanas y 600 las extranjeras.

En cuanto a quien le da más gusto al público con los títulos, Videocentro dice: "Todo lanzamiento de una empresa nueva, y aún más en este caso, precisa de concienzudos estudios de mercado. Con base en encuestas realizadas entre el público-consumidor, se programa la producción de las películas que su criterio particular demanda; intentando además ampliar el gusto de este público ofreciéndole mayor variedad de videogramas".

(2)

Los independientes dicen: "Nosotros tratamos de complacer a las personas (nuestros socios); si piden una película que no tenemos, se la conseguimos. No prometemos lo que no podemos cumplir. Televisa, en cambio, engaña a sus suscriptores al anunciar en televisión películas que no tienen en el catálogo o al ser incapaces de surtir a todos los centros afiliados a su organización, las copias necesarias. Las películas que -- más nos piden son las cómicas, las pornográficas y de las mexicanas, las de Cantinflas". (3)

B) LA CONFLICTIVA ENTRE LA ACTUALIDAD JURIDICA AUTORAL Y
LOS AVANCES ELECTRONICOS EN LA TELEVISION

El abogado de la Sociedad General de Escritores Mexicanos (SOGEM) Ramón Obón, señala que si no se defiende el derecho de autor a través de un reglamento sobre el copiado en video, - puede llevar a inhibir la producción intelectual y artística -- con el agravante de que la cultura tecnológicamente más fuerte sea la que prevalezca. (4)

Los videocasets constituyen la actualización de una nueva forma tecnológica del antiguo problema de la producción ilícita de obras: la piratería, que se practica desde que se inventó la imprenta, sólo cambiando de forma.

En 1920 surgió en el campo de la música y los discos, lo que llevó a los autores a protegerse a través del "Tratado contra la Reproducción no Autorizada de Fonogramas" firmado en Ginebra en 1971.

En el mismo caso estuvieron las compañías, directores de cine, artistas, intérpretes, etc.

En el cine, los autores están respaldados por la Convención Universal de 1952, revisada en París en 1971 y por la de Berna también revisada en París en ese mismo año.

La proliferación en México de videoclubes, que se han -- convertido en un gran negocio y que actuaban al margen de la ley, provocó que la Federación Mexicana de Sociedades Autora-- les se decidiera a emprender una lucha para detener la pirate-- ría y reglamentar el copiado y venta de los materiales.

Obón señala: "En materia de derechos de autor, hay que - partir del concepto de paternidad que vincula al autor con su obra, de donde surge la facultad que ese autor tiene para auto_rizar el uso, el destino de su creación, a través de su deci-- sión o bien por medio de terceras personas a quienes faculta - para ello. (5) Es decir, retornar a la autorización previa -- del autor y de quienes legítimamente hayan adquirido los dere-- chos para explotar la obra.

Estos derechos se protegen a través de la ley, por un la do con fuertes sanciones de índole patrimonial. Una producción ilícita se sanciona patrimonialmente con el 40% como mínimo de lo que resulte de multiplicar el precio de venta al público -- por el número de ejemplares ilegales.

El marco administrativo establece multas que van de 10 - mil a 50 mil pesos. Finalmente el marco penal, que desafortuna-- damente en este momento es muy bajo. Las sanciones son las del código civil de 1928 cuando ni siquiera se pensaba en la magni-- tud que este tipo de delitos podría tener, no se pensaba en la

televisión, menos en los satélites.

De la Dirección General de Cinematografía ha surgido un acuerdo en el cual se ha establecido la necesidad de un registro de videogramas. Dentro de los requisitos para que proceda el registro está que el que lo solicite debe acreditar tener la autorización de los autores y artistas intérpretes y que se están pagando los derechos de autor. RTC expedirá un número de registro que deberá estar visible tanto en el envase como en el caset. El que no lo tenga será ilegal. El que quisiera falsificar los números cometería otro delito más, que es la falsificación de documentos oficiales (así se protege también al consumidor).

La única solución no es Videocentro, se tuvo una reunión con 300 videoclubes independientes y se les explicó que si no quieren contratar con videocentro, pueden procurar la unión y adquirir el material mexicano con productores, o material latinoamericano, europeo. El mercado lo permite.

Videohogar, nos explica que de hecho, en México ya no se deben rentar o vender videocasets ilegales porque ya recibieron el comunicado de no hacerlo. Ellos por su parte, no tienen este problema porque pagan los derechos de autor, si se trata de una película norteamericana (que es lo usual) se compran estos derechos al productor, quien entrega un "master" de don-

de se sacan los originales en los talleres de México. Estos de rechos se registran en la RTC, se paga también en la SOGEM, -- que ya mencionamos, Videohogar confiesa que no está aún delimitado el cobro de la SOGEM y no sabe que es lo que se paga ahí-- con exactitud.

A Gobernación pagan el tanto por ciento de acuerdo a la-- renta y en sus facturas tiene que aparecer el número de pedi-- miento aduanal, además del registro de entrada de la aduana-- donde entró el "master".

Ahora, en la Procuraduría General de la República hay -- una mesa especial a cargo de un subprocurador para atender ex-- clusivamente los delitos contra el derecho de autor.

En la reproducción y venta se cobra el 1.65 por ciento -- sobre el precio de la venta al público y actualmente se cobra el 10 por ciento sobre alquiler como pago al derecho de autor; sin embargo, esta tarifa se está revisando y en el momento en-- que todo esté legalizado seguramente la tarifa va a cambiar.

Le preguntamos a Videohogar acerca del problema que pre-- sentan las películas en videocasset para la cinematografía tra-- dicional y contestó que no debe existir problema alguno ya que se trata de dos conceptos diferentes de ver cine pero con pú-- blicos fieles, además de que ellos tienen prohibido sacar a la

venta títulos antes de seis meses que estén en la pantalla --- grande.

Estos problemas de paternidad de videogramas, que escapaban al marco de la ley, hizo que el Congreso de la Unión tomara un acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 13 de mayo de 1985, y es el siguiente:

ACUERDO RELATIVO A LA CREACION DE UNA SECCION EN EL REGISTRO PUBLICO CINEMATOGRAFICO, ENCARGADA DEL REGISTRO DE LAS OBRAS CONTENIDAS EN VIDEOGRAMAS, O CUALQUIER OBJETO DE CONTENIDO Y UTILIZACION SIMILAR.

C O N S I D E R A N D O

Que la industria cinematográfica es de interés público y corresponde al Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Gobernación a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, el estudio y resolución de todos los problemas relativos a esta industria.

Que la cinematografía es un eficaz instrumento de comunicación para la formación y orientación de la conciencia pública.

Que la cinematografía y sus modalidades, tienen variadas facetas, entre las que resaltan la artística, la comercial, la técnica, la didáctica, además de ser un medio masivo de comunicación.

Que el rápido desarrollo de la tecnología moderna ha permitido la creación de nuevos instrumentos de comunicación, entre los que se incluye el videograma en sus diversas denominaciones, que vienen cobrando mayor importancia por su difusión y comercialización con el consiguiente incremento en su oferta y demanda.

Que los videogramas y sus modalidades, han tenido un rápido avance tecnológico y ha quedado al margen del marco jurídico vigente, por lo cual es necesario adecuar éste, a las nuevas situaciones existentes y a las que se puedan presentar.

Que la utilización de videogramas y sus modalidades debe tener una función social, contribuir-

al fortalecimiento de la integración nacional, preservar la moral y las formas de convivencia humana.

Que los videogramas y sus modalidades deben ser instrumento para la educación y la difusión de la cultura, contribuir al desarrollo armónico de la niñez y la identidad nacional y ofrecer un sano entretenimiento a la población.

Que uno de los problemas que más afecta a la industria cinematográfica es el uso, difusión y comercialización inadecuados de los videogramas en sus diversas modalidades.

Que la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía tiene a su cargo el registro público cinematográfico que prevee la ley de la materia y su reglamento.

Que al llevarse un registro de videogramas y de sus diversas modalidades, se garantiza al público usuario su origen, calidad, adquisición y es factible salvaguardar la situación e interés jurídico que correspondan a terceros, así como a los diversos elementos que intervienen en la realización de la obra cinematográfica, literario, musical, especial, etc; entre éstos los derechos de autor.

Que conforme a las funciones y dentro del marco de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía es necesario el registro de esta nueva forma de comunicación.

Que con fundamento en lo dispuesto por los artículos 26 y 27, fracción XX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y los artículos Segundo, Cuarto, Quinto, fracción X y 20 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación se emite el siguiente:

A C U E R D O

PRIMERO.- Intégrese al Registro Público Cinematográfico, dependiente de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, una sección en la cual se inscribirán:

I.- Todo tipo de obras audiovisuales contenidas en videograma, videocintas, videojuegos u otros medios tecnológicos similares que existan o existieren y que requieran de difusión o reproducción para fines comerciales, científicos, didácticos, etc.
 II. Las personas físicas o morales que se dediquen a la explotación comercial, de obras audiovisuales registradas, mediante su venta, alquiler, intercambio, o cualquier otro acto de comercio lícito, relacionado con dichas obras.

III. Las empresas dedicadas a la reproducción de - las obras registradas, señaladas en la fracción I - y se dediquen a su explotación comercial.

SEGUNDO.- Para la expedición de constancias y número de registro, deberán cumplirse los requisitos - que dará a conocer la Dirección General de Radio, - Televisión y Cinematografía.

TERCERO.- Efectos de las inscripciones:

- I. Asegurar los derechos de los titulares de la - inscripción frente a terceros.
- II. Asegurar los derechos de los usuarios.
- III. Vigilar que se cumpla con la legislación a-- plicable, y evitar la reproducción indebida de las obras que se contengan en este sistema.
- IV. Garantizar al usuario y/o autores que la obra- reproducida contenga las normas de calidad debidas.

NOTAS AL CAPITULO III

- 1) Toussaint Florence. Revista Proceso. (No. 454, año 9, - Cisa. Proceso, Dir. Julio Scherer Garza) 15 de Julio de 1985. p.48 "El Poder Económico de Televisa acapara el -- mercado de los Videoclubes"
- 2) Art. cit. p. 49
- 3) Ibid
- 4) Toussaint Florence. Revista Proceso. ("Control Legal sobre Videoclubes para proteger Derechos de Autor") No. -- 454 año 9, Cisa Proceso, 15 de Julio de 1985, p. 49
- 5) Ibid

CAPITULO IV

FUTURO DE LA RELACION CINE-TELEVISION

A) PANORAMA ACTUAL DE LA RELACION CINE T.V.

El cine constituye, de manera contraria a lo que les ocurre al disco, a la televisión, al videocaset y videoclip, una actividad en declive. Desde hace veinte años, en Francia ha perdido más de la mitad de sus espectadores.

El cine, como analiza Flichy, ha tropezado con el desarrollo del consumo individual o familiar del tiempo libre en los hogares y en especial, con la competencia de la televisión (1).

La penetración de la pantalla chica en los hogares de las casas populares, ha traído consigo, sin duda, una disminución en la frecuencia a las salas oscuras.

Sin embargo, la respuesta de la industria no ha hecho si no aumentar esta tendencia.

Los empresarios han cerrado, efectivamente, muchas salas y han preferido especializarse en ciertos segmentos de público; los jóvenes y las clases medias, como lo demuestra la apertura mundial de negocios de videocasets, que han demostrado tener más ventajas económicas que el negocio de salas de cine.

Una política de este tipo permite sistematizar el régimen de exclusividad de los filmes y aumentar considerablemente los precios. De este modo, el cine galo ha podido mantener --- constante su nivel de ingresos monetarios durante 20 años a - pesar de la reducción de la asistencia de los espectadores.

Un cable de la AFP analiza la situación del cine mundial y nacional por corresponsales de esta agencia noticiosa, el resumen dice lo siguiente: (2)

1) Europa: A finales de 1984, el cine se topa en Europa con la incógnita de un empuje masivo de la televisión (gran consumidora de largo metrajes) aunque sea a veces a precios - de saldo. Incógnita que se traduce en saber si la prevista proliferación de canales de televisión en el viejo continente y - la extensión del mercado de videocasets serán una solución para la mal parada cinematografía europea.

Está claro, y es el caso de Francia, que la televisión - con su glotonería de filmes, pero también con capitales frescos gracias a la publicidad, va a tener en el 85 un papel im--portante en el mundo del cine, los videos consumen películas a destajo y a nadie le cabe la duda de que más canales de televisión supondrán más producción de cine.

En Francia, los profesionales del cine se tambalean en--

tre un negro pesimismo por la disminución de los espectadores en las salas y otros están locos de alegría pensando que la televisión puede convertirse en un generoso productor.

Ante el peligro de las posiciones excesivas en uno u --- otro registro, las 355 películas producidas en el 83 incitan a los más conscientes a confiar en esa futura y estrecha colaboración cine-televisión. Creen que puede ser algo formidable para una pantalla europea ampliamente copada por las produccio--- nes de los Estados Unidos. (3)

Paradójicamente, los franceses encuentran paño para se--- car sus lágrimas en lo ocurrido en este país. Recuerdan que -- los norteamericanos enfrentaron en su tiempo el maremoto de -- los nuevos medios de difusión (televisión por cable, videos) y que al cabo de dos años de amarga recesión, el cine ha triunfado nuevamente. En los primeros seis meses de este año Esta--- dos Unidos produjo nada menos que el 41 por ciento más filmes que en 1983.

Pero mientras que esto pasa, en Inglaterra, a pesar de - su floreciente producción y una constelación de películas laureadas, las salas cinematográficas están en peligro de extinción, cerrando a razón de una por semana.

Y eso que los británicos eran los más ávidos cineadictos

del mundo a principios de los años veintes, ahora van al cine una vez por año, descendiendo sus entradas, cada semana que pasa.

"La producción de películas británicas atraviesa por un período de bonanza simultáneamente con una agonía de las salas británicas" señala Mundy Ellis, del Instituto Cinematográfico-Británico. (4)

Jack Valentí, presidente de la Asociación Cinematográfica de los Estados Unidos dice que hay un tumor maligno en las salas de cine del Reino Unido: "Es un negocio moribundo" se expresó, y lo atribuye a la acelerada deserción de las taquillas por el público, al estado lastimoso de las salas y sus instalaciones con sus malos olores y pisos pegajosos. (4)

Tim Parker, secretario de la Asociación de Cinemas Independientes piensa que esta "agonía" se debe a que el 30 por ciento de los británicos posee grabadores de video, a la crisis económica que reduce ingresos para entretenimiento, a que el gobierno no ha reprimido la piratería de cintas de video y a que los distribuidores norteamericanos cobren precios demasiado altos por éxitos como "Star Wars" o "E.T." (5)

En un esfuerzo por salvar la industria del cine británico, los productores, distribuidores y exhibidores se han pues-

to de acuerdo para patrocinar un año de cine británico en el - 85 y retornar el gusto del público por ver películas en pantalla grande.

Entre los promotores de la campaña están el productor de "Carros de Fuego", David Puttman y el director de "Gandhi" Richard Attenborough, y se tiene un objetivo a largo plazo: renovar la costumbre de ir al cine, especialmente entre los jóvenes, muchos de los cuales, jamás han estado en una sala cinematográfica.

David Puttman dice: "Odio ver películas por televisión o en video, es una forma horrible de ver una película y ni mis colegas ni yo estamos dispuestos a dejar que el cine desaparezca de este país sin luchar a brazo partido por evitarlo" y --- anunció que la solución está en brindar al público "Centros de Entrenamiento de Alta Calidad" con bares, restaurantes y entradas baratas (6).

Opinó que Gran Bretaña podría acabar por tener solamente un centenar de esos centros, comparado con 682 salas de cine a fines de septiembre de 1984, contra 717 que tenía en enero del mismo año y mil 208 hace diez años.

2) América Latina: en América Latina se clama porque --- nuestro cine salga de su geografía para invadir el resto del mundo.

En Argentina hubo más cantidad que calidad de hecho, pero al menos hubo un aumento del número de películas.

En Brasil fue un año difícil el de 1984; los brasileños prefieren el ocio barato de la televisión al más oneroso del cine. Consecuencia: una sensible disminución de espectadores, también, una reducción en la producción cinematográfica. (7)

El cine venezolano se lanzó en el 84 a la caza y captura de públicos masivos y a la conquista de mercados internacionales.

Venezuela participó en quince festivales internacionales en ese año con 70 premios.

Otro tanto positivo: quedó atrás la temática de violencia política de los años setenta y se explotan con éxito temas de psicología, vida cotidiana y amenidades.

Venezuela vendió sus producciones a compradores latinoamericanos, de Francia, Estados Unidos, Italia, Suecia, Suiza, - Gran Bretaña, Hungría, Checoslovaquia y Alemania Democrática.

Por si fuera poco, en el mercado venezolano, éxito en taquilla y preferencia para películas nacionales.

En Perú se observó una total falta de actividad de los cineastas, atribuida por su asociación y otras entidades parecidas a la "indiferencia" de COPROCI (Comisión de Promoción Cinematográfica Estatal). La carencia de financiamiento, las trabas burocráticas y los problemas de difusión y exhibición.-

(3)

Colombia tuvo una producción de largometrajes pobre, ante todo por la limitación económica de los realizadores.

En cuanto a los planes cinematográficos inmediatos, el estatal FOCINE (Fondo de Promoción de Cine) ha anunciado un amplio plan que incluye la financiación de 19 medimetrotrajes para televisión.

Chile y Bolivia no tuvieron una buena producción, éste último país presentó un sólo largometraje.

Los cinematografistas latinoamericanos reunidos en la I-Bienal de cine en Bogotá plantearon el reclamo, casi al unísono de que las arcas estatales no sean tan tacañas con esa industria.

También se quejaron de que en la casi totalidad de países latinoamericanos, el valor de las entradas a los cines es muy bajo y no facilita recuperar la inversión en detrimento --

del desarrollo de la industria cinematográfica.

3) Estados Unidos: El cine norteamericano no marcó en -- 1984 nuevos derroteros sino que, según la AP, salvo algunas excepciones, prosiguió con su serie de secuelas y sus películas -- de aventuras dirigidas al gran público.

4) Panorama Nacional: México, con 70 producciones en --- 1984 (105 en 1983) tuvo un decaimiento en cuanto a la produc--- ción cinematográfica. (9)

El estado, antes gran productor, solamente realizó ocho- lo que transformó al sector privado en el principal impulsor de la actividad.

En México, se carece de un cine que pueda considerarse - familiar y que a la vez tenga calidad. Esto es debido al escaso financiamiento estatal para el cine. Amén de que las películas- que se producen persiguen el éxito en taquilla (muy legítimo) sólo que valiéndose de filmes de baja calidad, dirigidos al gus to popular y dejando fuera a la familia.

En todo caso, tenemos que conformarnos con producciones- norteamericanas las cuales con la barrera del idioma, no pueden llegar a toda la familia.

Baste recordar que muchas personas aún con lentes de gra duación, no alcanzan a leer los subtítulos o bien los pequeños- no tienen capacidad de lectura rápida.

B) PROSPECTIVA DE LA RELACION CINE-TELEVISION

Algunos observadores de los fenómenos relativos a la evolución de los medios de comunicación lleva frecuentemente a la marginación o a la sustitución de uno o más medios preexistentes.

La consolidación del cine, en el período comprendido entre las dos guerras, bajó la afluencia de público a los teatros, la radio tuvo un efecto parecido sobre la presencia de público en los conciertos, que la televisión, por último, quita terreno a la radio, al teatro y sobre todo, al cine.

Pero en ningún caso la evolución de los medios en crisis entre la aparición de un nuevo medio competidor ha sido fatal o irreversible. Al contrario, la crisis genera nuevos equilibrios, nuevas fórmulas de organización y expresión, nuevos tipos de público.

Esto ha venido ocurriendo regularmente a distinto ritmo y con diferentes fórmulas, en el caso del teatro respecto al cine, los conciertos respecto a la radio, es lo que está ocurriendo durante los últimos años en el caso de la radio respecto a la televisión. El único sector que parece no haber encontrado todavía su propio camino para iniciar una nueva fase de relanzamiento es el del cine, desde que se enfrentó a finales-

de los años cincuentas a la competencia de la televisión.

Richeri dice que realmente la televisión no ha hecho entrar en crisis al cine en cuanto medio expresivo, pero sí ha puesto en cuestión, sin duda, la forma tradicional de consumo cinematográfico. (10)

En casi todos los países (sobre todo europeos) se ha registrado una disminución del público asistente a las salas cinematográficas, contrarios a los índices de audiencia y aceptación cada vez mayores ante muchos filmes emitidos por la televisión.

Aunque las películas no fueron concebidas para ser consumidas por la pantalla chica, desde el momento en que llegan a la televisión alcanzan niveles de audiencia mucho más altos, aunque es evidente que la televisión reduce considerablemente el poder expresivo de imágenes concebidas para la pantalla grande.

No todo el mundo está de acuerdo en considerar al cine emitido por televisión como cine de pleno derecho en cuanto a específico medio expresivo; no todo el mundo le echa la culpa de la crisis del cine al desarrollo y aparición de la televisión, ni tampoco en la disminución de la calidad de los productos cinematográficos.

Pero dos cosas son un hecho, la disminución del número - de filmes producidos inicialmente, así como la disminución del número de espectadores en las salas, por lo tanto, la crisis - de la industria cinematográfica es real, en cuanto a recursos, medios y aparatos.

Se ha intentado ayudar al cine a través de la televisión y esa, es la paradoja.

La Cinema Internacional Corporation (CIC) nos comentaba que la CIC de Estados Unidos se mantuvo en el 84 gracias a la venta de películas en videocaset.

En ese país, la gran industria cinematográfica hollywoodense intuyó la crisis en los primeros tiempos del crecimiento del medio televisivo, libró una dura batalla contra el nuevo - medio, invocando la intervención de la ley para proteger sus - propias prerrogativas, para delimitar el campo de programación de la televisión.

El cine norteamericano llegó, incluso, a renovar sus propios medios técnicos para enfrentarse a la competencia del nuevo medio, como el Cinerama, el Cinema Scope, el Vista Visión y el tridimensional (que no tuvo el éxito esperado).

Hasta 1955, los mayores productores de Hollywood siempre

se habían negado a vender sus filmes viejos a la televisión -- con la justificación de no perjudicar al mercado de las salas-cinematográficas.

Más tarde, esto se convirtió en una verdadera y real integración entre el cine y la televisión.

Se reforzó esto mediante dos líneas complementarias:

a) la utilización por parte de la televisión de material cinematográfico creado para el cine y b) la producción de las Majors (las compañías colosos como la Fox, Columbia, Paramount, etc.) hollywoodenses de programación televisiva.

El cine en Europa tiende a transformarse cada vez más en un simple elemento de la programación televisiva. El cine está dentro de la televisión no sólo en el sentido de que esta última pasa gran parte de su programación en filmes, sino también, porque explota en buena parte de sus programas, las técnicas y la profesionalidad del propio cine.

Hasta principios de los años setenta, todos los programas rodados en exteriores utilizan, por ejemplo, el soporte cinematográfico, la película y la estructura organizativa y profesional (desde el director al técnico de sonido o al operador).

En Estados Unidos, también el cine sufre una importante-contracción de su público cuando aparece la televisión y sólo-en una segunda fase se asiste a una nueva articulación de las-inversiones orientados en amplia medida a producir material --fílmico para abastecer a las grandes cadenastelevisivas en base a un modelo de integración y no de competencia.

Los mecanismos a través de los que se perfila este modelo son de dos tipos: el primero consiste en producir series pa-ra la televisión, el segundo, en la venta de los derechos de -las retransmisiones de los grandes filmes hollywoodenses.

En Europa, los diferentes cinematográficos nacionales, -son derrotadas mientras que el producto americano invade sus -mercados, pero también es cierto que el crecimiento del cine -europeo de estos últimos años, está estrechamente relacionado-con el papel empresarial que tiende a asumir, en algunos paí--ses, la televisión, a principios de los setentas.

En Europa, se pretende pasar a un plan orgánico de cine y televisión que esté en condiciones de definir una producción en serie de tipo nacional capaz de enfrentarse a la invasión -del producto norteamericano.

El cine encontró una nueva forma de evolución en la televisión pero en sí, en las salas, no ha evolucionado de manera-

que se tambalea entre permanecer o desaparecer.

La televisión ha venido jugando un papel muy importante entre los diferentes públicos, por la comodidad que ofrece al ser ya un mueble casi indispensable en una casa, por la variación y constante aceptación de otros medios, como el cine y el disco.

Por si fuera poco, ya estamos dentro de la era de la televisión fragmentada, la posibilidad, esto es, de seleccionar el programa deseado (el satélite) y no esperar la programación de las cadenas, o a la selección de canales de cable, a menos que uno mismo pague la estación que desee le transmitan por cable.

En Estados Unidos, ya existen cadenas televisivas totalmente dedicadas al cine (Channel Z, Movie Channel, Cinemax), a los videoclips (Mtv, VH1) a los ancianos (Ceneamérica y Sonetwork) a la información (CNN, CBS, etc.) a los debates parlamentarios (C-SPAN), al deporte, a la religión, etc.

Este tipo de diversificación, donde es muy popular el de las películas, se inició precisamente en Norteamérica donde el cable y el satélite (el primero a nivel local y el segundo a grandes distancias) está mucho más avanzado.

Los filmes son de los programas de mayor audiencia en la televisión de pago. El costo de una grabación equivale al precio del videocaset, por el contrario, el precio de los videocasets ya grabados es muy alto.

La duplicación de los videocasets debe realizarse en --- tiempo real (no como el sonoro que es 64 veces la velocidad de reproducción).

En la actual fase de desarrollo de las comunicaciones -- (caracterizada por la aceleración del proceso tecnológico y -- por una tendencia así mismo evidente hacia la integración de -- los distintos sistemas), especialmente por lo que se refiere a los canales de distribución, la explotación de dos tecnologías recientemente adquiridas, que son la televisión de alta -- definición, en el campo de los sistemas de emisión y recepción y, las fibras ópticas, en el caso de los soportes físicos, parecen destinadas a desempeñar un importante papel en el proceso en curso.

La televisión de alta definición (HDTV-High Definition-Television) [1] terminal ideal para las emisiones vía éter satélite y cable-satélite, junto con la gran pantalla (que ya se estrenó en Japón y la vimos recientemente en la entrega de los premios de video Mtv) marcarán en los años noventas el triunfo definitivo de la tecnología del video sobre la cinematografía

fica en la producción de imágenes en movimiento.

Las fibras ópticas, ya utilizados en los canales de tele-
comunicación reemplazando a los tradicionales cables telefóni-
cos, por su mínimo espacio y su capacidad de transportar nume-
rosas señales simultáneamente, representan el nuevo canal de -
la abundancia en las comunicaciones telefónicas, en las televi-
sivas y para los canales telemáticos.

La televisión de alta definición empezó, cuando la Sony-
Corporation anunció a principios de 1981 la puesta a punto de
un nuevo sistema video de alta definición capaz de producir --
imágenes televisivas con una calidad de reproducción superior-
a la obtenible actualmente con los standars de televisión em-
pleados.

La Sony ha desarrollado un sistema video completo, inte-
grado por una nueva telecámara, un videograbador capaz de gra-
bar la señal de banda, considerablemente amplia del HDVS (High
Definition Video System), una unidad de control y otros acce-
sorios.

El HDVS, cuya plena utilización está prevista para den-
tro de unos tres o cuatro años, se sirve de un sistema de tres
canales para la composición de las señales: cada canal trata -
una señal-color diferente (rojo, verde y azul).

A juicio de la empresa productora, el video de alta defi
nición posee una calidad de reproducción semejante a la de la
película en 35 mm.

Este sería uno de los motivos de mayor interés para la -
nueva tecnología. Si hasta ahora las unidades video se habían-
equiparado y en algunos casos habían suplantado en la produc-
ción televisiva la película en 16 mm., la calidad del 35 mm.--
representaba todavía un nivel insuperable. Ahora, en igualdad-
de reproducción cualitativa, el video estaría en competencia -
con la película 35 mm. en la producción cinematográfica.

De hecho podría presentar las siguientes ventajas:

1) Economía y eficiencia de producción: la utilización del vi-
deo reduciría en forma drástica el consumo de película y por -
consiguiente los costos de revelado, de montaje y demás gastos
correspondientes.

Aparte que se puede ir siguiendo con monitores lo que se
filma, controlando permanentemente, como en una forma directa-
de televisión, la acción, el escenario, los efectos.

El sistema video permite además, explotar los efectos es
peciales de origen electrónico sin aumentar los costos.

2) Calidad de la Imagen: se dice que su HDVS asegura la-

calidad del 35 mm. incluso en la gran pantalla (Vista Visión) con una elevada fidelidad del color, hasta el momento inalcanzable con los demás standars.

La cinta grabada permitirá extraer directamente impresiones fotográficas de excepcional nivel de calidad (mediante un "lasser scan").

3) Distribución: Cambios drásticos, apoyada por la pantalla grande, la "televisión de alta definición" hallaría un canal de distribución en las minisalas. Otros canales de distribución serían los satélites de comunicaciones, televisión portable, las fibras ópticas.

Pero fuera de estas hipótesis, el HDVS presenta algunas ventajas a corto plazo; efectos especiales, ya que la alta definición se garantiza después de sucesivas grabaciones y puede ser utilizado en la realización de efectos especiales cuando las reiteradas grabaciones podrían empezar a degradar la imagen.

Además de limpieza de la imagen, reducción del ruido de fondo, conversión de standard: estos programas podrían realizarse más fácilmente, en los programas producidos con el HVDS- a través del tratamiento digital de las imágenes.

Ya se está trabajando en la mejora del VTR digital, un conjunto de aparatos para edición o montaje, mientras que la Polaroid Corporation ha hecho público que en sus laboratorios se está experimentando un procedimiento que permitirá la transferencia directa sobre la película fotográfica de imágenes digitales precedentemente almacenadas en una computadora.

NOTAS AL CAPITULO IV

- (1) Flichy P., op. cit. p. 46
- (2) Panorama 84, (año cine-Latam, París) GLGL LAMO 324-4/
AFP-H154
- (3) Barrocal Sergio
GLGL LAMO 337-4/ 3A HOJA-FIN AFP-GJ15
- (4) Lederer Edith. REZVTBYLEEV ESPECIAL "Cinematógrafos bri-
tánicos en peligro de desaparecer". Londres, A.P.
- (5) Ibid
- (6) Ibid
- (7) GLGL LAMO 326-4/AFP-H172 Panorama 84 AÑO CINE-LATAM 3 A
Hoja
- (8) GLGL LAMO 330-4/AFP-H198, Art. Cit. 7A Hoja
- (9) GLGL LAMO 327-4 AFP-H174, Art. Cit. 4A Hoja
- (10) Richeri, G, "La televisión: Entre servicio Público y Nego-
cio" op. cit. p. 283
- (11) El video de alta definición es un nuevo sistema video ca-
paz de producir imágenes televisivas con una calidad de -
producción superior a la obtenible actualmente con los --
Standars televisivos empleados.

CONCLUSIONES

1) La televisión, como proyectadora de filmes, presenta más desventajas frente a la pantalla grande en principio para las personas que no tienen un dominio del idioma en que se hizo la película.

Un conocimiento normal de un idioma extranjero omite la comprensión cabal de diálogos y situaciones del filme, tanto -- más si es una película sin subtítulos. Si es subtitulada, es -- más difícil leer en un televisor que en la pantalla del cine -- tradicional, por efecto, no sólo del tamaño de la pantalla, sino la luminosidad que va de un cuarto oscuro a la iluminación normal de una habitación.

2) En los lugares apartados de la república mexicana donde de las películas tardan mucho tiempo en llegar, la videocasete presenta una ventaja, más aún si no se sabe con seguridad si determinada película va a llegar o no.

3) El mal estado en que se encuentran las salas de cine es la principal causa de la baja en las entradas.

4) En ciudades promedio que cuentan con sistema de cablevisión, la entrada a las salas es también baja. El cable pasa durante un mes a diferentes horarios un filme, cuando llega a -

la ciudad para presentarse en las salas, es común que la gente haya perdido interés en ver la película "que se sabe de memoria".

5) El filme transmitido por televisión tiene una calidad comparable a una película de 16 mm. En cine, en cambio, hablamos de películas de formato 35 milímetros con mejor calidad de imagen. Por lo tanto, el detalle será mejor visto en una pantalla grande que en el televisor. Una película de un director como Franco Zeffirelli, que se recrea en el uso artístico de la imagen, dejará mucho que desear en un receptor de televisión.

6) El cine, como valor cultural, se caracteriza por el hecho de que cada producto es específico, único y de evaluación; la televisión con su amplitud de difusión, los hace obsoletos. Por su misma naturaleza a la televisión no le conviene, económicamente, presentar más de una vez una película.

7) El éxito económico de una película en salas de cine es en relación directa con la taquilla; el filme por televisión vive de la publicidad de marcas o bien mediante suscripciones (esto en el caso de cablevisión, que suele aumentar o disminuir suscripciones con los avances de las películas a proyectar el próximo mes).

8) El parámetro de éxito de audiencia televisiva en una película, realmente es el de la taquilla. Una película taquille

ra como "Star Wars", va a ser presentada en televisión con redoble de tambores.

Así mismo, ya se considera mala una película por televisión, si no tuvo éxito en las entradas de las salas. Primero, - hablamos de éxito en las salas y después en la televisión, ya - que, por ley, una película sólo puede difundirse (por las cadenas, por el cable o por el video) en una fecha posterior a los 6 meses de ser exhibida en pantalla. Por lo tanto, las "buenas" o "malas" películas las siguen haciendo el público (en primer lugar) y/o la crítica del cine tradicional. Esto se comprueba con la publicidad del cine por televisión, basada en el número de Oscars ganados por la película así como su éxito en taquilla.

9) El telecine es, en conclusión, cine dentro del televisor considerando que su concepto, planeación, filmación, técnicas y edición son del cine para ser exhibidas (al menos en un principio) en las salas cinematográficas. Considero que la --- idea de que el telecine convierte al cine en televisión se debe suscribir únicamente al aspecto técnico de la naturaleza de la T.V.

10) Las salas de cine son el medio ideal para proyectar un filme. De otra manera, no tendría caso que se hicieran películas exclusivas para la televisión que preveen cortes comercia

les y emisiones cortas para que encajen en la programación diaria. En el caso de películas que no requieren cortes comerciales y son transmitidas por televisión están las que vienen a través de algunos canales de cable y los videocasets. Presentan éstas, otros problemas que ya concluimos.

11) El telecine en México tiene la desventaja de contar con muy pocos estrenos de filmes. Esto, por supuesto, representa ventaja para el cine de salas.

En nuestro país, las películas transmitidas por televisión al menos dan la oportunidad de ver películas ya vistas y a veces buenas que no tienen lugar en la cartelera cinematográfica standar.

Se observa pues, que existe cierta tendencia a ver películas antiguas en casa y disfrutar los estrenos en las salas.

Este tipo de películas por televisión, máxime si son de las que repiten mucho, pierden su valor ante los ojos del espectador televisivo, siempre ávido de nuevos episodios, nuevas películas.

Es penoso decirlo, pero las joyas de nuestro cine, vienen a constituir para muchos "programas muy repetidos".

Sin embargo, la programación de las cadenas ha tenido el recato hasta el momento de limitar la exhibición de filmes pornográficos.

12) El V.C.R. (Video Casette Recording), aliado con la televisión en sí no era "peligrosa" para el cine, El día que és ta, la televisión, sirvió de soporte a grandes novedades electrónicas (como los videojuegos, el V.C.R., el cable y las Cadenas por satélite) entonces sí, empezó la batalla de públicos.- Dentro del cine por televisión, el V.C.R. presenta más ventaja como proyectador de películas que el cable, telecine o satélite, por el sólo hecho que es el único vehículo que puede transmitir la película de la propia elección, así como la hora en que será proyectada. Además, el V.C.R. es un medio más para enfrentarse a la variedad de elecciones que la televisión ofrece pudiendo grabar una película en un canal mientras que estamos viendo otra, en uno distinto.

13) El magnetoscopio preocupó en un principio a las compañías cinematográficas y hasta trataron de conseguir la prohibición del aparato, pero cayeron en la cuenta de que si ellos controlan la edición en video, les era muy redituable el asunto.

El hecho de que una compañía Major (Compañías Coloso) controle su material de salas y en video es muy importante: las ventas de las películas en videocaset vinieron a compensar la -

baja en las entradas que se vio a consecuencia de la novedad -- del magnetoscopio.

El día que las Compañías Majors se dieron cuenta de esta situación y la aprovecharon, se salvó el cine de salas.

En esa pesadilla que pasó Hollywood (y que atraviesa Europa) de extremada baja en la taquilla, la venta de películas en Videocaset salvó a los empresarios que tuvieron capitales -- frescos para seguir produciendo películas hasta que pasó la "novelería" del magnetoscopio. Paradójicamente, la televisión hizo entrar en crisis al cine y la televisión misma, lo salvó.

14) Las películas por televisión alcanzan niveles de audiencia altísimos, aunque en detrimento del poder expresivo de las imágenes. La apreciación de un filme de salas cuenta con -- las ventajas de la oscuridad de las mismas, el tamaño de la pantalla, la supresión momentánea de deberes, problemas, disgustos, así como la ausencia de elementos de distracción como el teléfono, los vecinos, visitas, vendedores, etc.

15) La televisión, por su parte, presenta opciones de películas la oportunidad de ver en casa los filmes. Si hablamos -- de sistema de cable o videocasetera, la selección y horarios de películas depende del espectador.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

16) Considero que el problema de cierre de salas en Europa es más arraigado que el de Norteamérica y esto porque las -- nuevas generaciones no tienen el gusto por el cine tradicional.

Estoy de acuerdo con el productor europeo David Puttman, en que una posible solución a la soledad de las salas en Europa sea la de cambiar el concepto de cine, buscar nuevos caminos y brindar al público "Centros de Entretenimiento de Alta Calidad" con bares, restaurantes y entradas baratas. Renovar la idea de ir al cine bajo una nueva concepción.

17) Causa muy importante de cierre de salas es la piratería de filmes. En México ya se comercia con copias legales gracias al Acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación en mayo del 85. Esto tenía que suceder. El hecho de respetar el derecho de paternidad de una obra, impulsa las nuevas creaciones y, por supuesto, vuelve a poner en marcos legales el derecho que tiene un autor de recibir las ganancias que le corresponden por su obra, que en este caso son los filmes.

18) El control de las películas en video trajo otra ventaja: si antes las películas sólo mostraban sus títulos escritos en máquina, hoy vienen "envasadas" de manera que arrojan -- más información sobre el filme, como sería el nombre del director, los actores principales, producción, título original, entre otras cosas. Sólo agregaría, en mi opinión, la clasificac---

ción A, B ó C, de la película, que es tan importante para un producto que va al hogar.

19) Es urgente un control de las ondas transmitidas por satélite para hacer justicia a los propietarios de cadenas por cable que en muchos casos viven exclusivamente de las suscripciones pues no presentan comerciales. Definitivamente la solución tiene que venir de la tecnología. La invención de un aparato que se entregue al suscriptor, pero que no pueda ser "inutilizado" como ya se hizo antes.

La cablevisión de México tendría que subir sus precios de suscripción, o hasta desaparecer. Pero...¿cuántos aparatos de éstos tendría que adquirir un propietario de antena parabólica? La opción a diversos canales que tienen en este maremagnum de ondas vía satélite, se tendría que reducir conforme a las posibilidades económicas de cada uno. El pago tendría que hacerse a las cadenas estadounidenses y lógicamente en dólares. Entonces sí, el problema estaría resuelto para los propietarios de canales y empezaría para los concesionarios de antenas parabólicas en nuestro país.

20) La industria del cine amateur está muy perjudicada en la guerra que sostiene el cine contra la televisión (con el video como aliado).

El hecho de que la videograbadora gane terreno al Super 8 como cine familiar, se debe a que la primera no presenta manejos de revelado, la sincronización es perfecta y su soporte técnico es un mueble muy común en el hogar: la televisión.

Pero no olvidemos que hacer una videopelícula representa para el cineasta amateur, la desventaja de la edición. La edición en video es muy costosa, la del supr 8 se reduce a pegamento y tijeras.

Además, la industria fotográfica no está dispuesta a darse por vencida y está por salir la película de super 8 de revelado instantáneo. Hablar de desaparición del super 8 sería muy arriesgado, como podría ser que más de uno pensara como Chaplin: "La televisión no tiene poesía, es excesivamente reveladora".

21) La perspectiva futura nos enfrenta a la Televisión de Alta Definición, las Fibras Ópticas y el uso común de la gran pantalla, con películas en video calidad 35 mm. y la posibilidad de integrar trucos, esto contra un cine siempre en busca de nuevas fórmulas como es el caso de un nuevo proyecto, la transferencia directa sobre la película fotográfica de imágenes digitales precedentemente almacenados en una computadora.

Si esta competencia, industria fotográfica-industria electrónica, sigue trayendo nuevas perspectivas, nuevos proyectos

tos y adelantos en la técnica del filme, entonces adelante. La década de los noventas marcará, para muchos, el triunfo definitivo del video. Para los que creemos en el cine de cuadros, en 1994 estaremos festejando el siglo de vida de éste.

SIGLAS Y ABREVIATURAS PRINCIPALMENTE UTILIZADAS

AFP

Associated France Press

CBS

Columbia Broadcasting System

CIC

Cinema International Corporation

HBO ENTERTAINMENT

Home Box Office Entertainment

HDTV

High Definition Television (Televisión de Alta Defini--
ción).

i.p.s.

Imágenes por segundo

MTV

Music Television

RTC

Dirección de Radio Televisión y Cinematografía

SCT

Secretaría de Comunicaciones y Transportes

SOGEM

Sociedad General de Escritores Mexicanos

VHI

Video Hits One

VCR

Video Cassette Recording

BIBLIOGRAFIA

BONET, Eugeni, "En Torno al Video" Editorial Gustavo Gili, S.A.
Barcelona, 1980.

FELDMAN, Erich. "Teoría de los Medios Masivos de Televisión".
Edit. Kapeluz, Buenos Aires, 1977.

FLICHI, P. "Las Multinacionales del Audiovisual" Edit. Gustavo
Gili, S.A. Barcelona, 1982.

LAFRANCE, André. "8/Super 8/16". Barcelona, Ediciones Daimon
1975.

RICHERI, G. "La Televisión: entre servicio público y negocio".
Edit. Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1983.