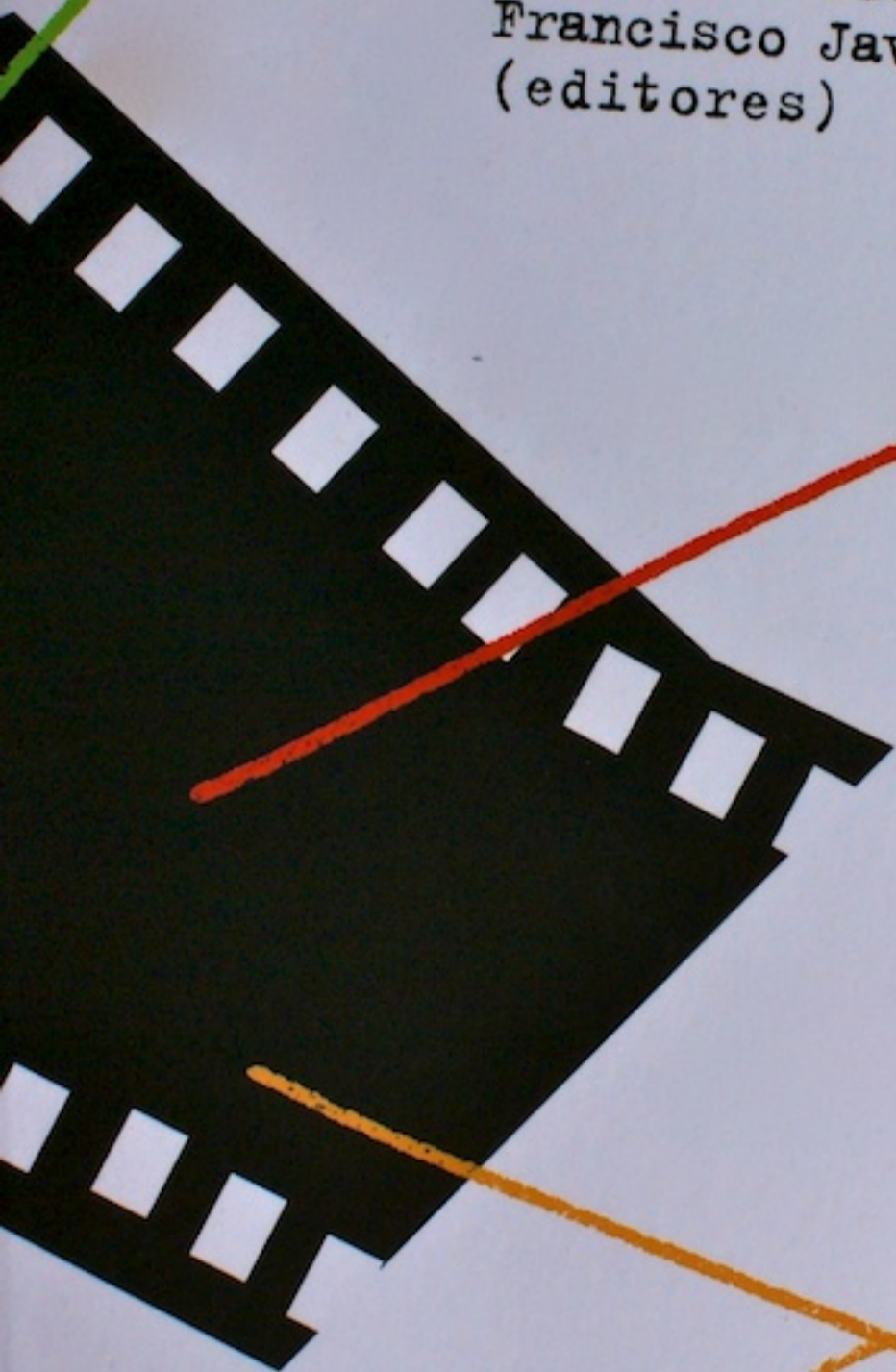


2

metodologías
de análisis
del film

Javier Marzal Felici
Francisco Javier Gómez Tarín
(editores)

a



x

Ojos que dejan huella: por un análisis de “aspectos” de pantalla/sonido y programación/recepción mediáticas del cine (manifiesto de un operador de continuidad televisiva ante la implantación de la TDT)

César Fernández Fernández
Universitat Jaume I de Castelló

Hay dos formas en que un film televisado se diferencia del mismo film proyectado en una sala de cine. Por un lado de forma intelectual, por otro de forma literal. La primera deriva de la consideración del film en el momento de su emisión y de la recepción, sutura y aislamiento que del cuerpo fílmico –fragmentado y multiplexado en la programación– se lleva a cabo en el acto espectral doméstico, con su entorno y condiciones. La segunda deriva del sistema productivo y organizativo de la cadena de televisión en lo concerniente a la preparación de la cinta master de emisión del film, así como a su secuencialización total y a su tomoestrategia de re-secuencialización parcial en el minutado de la programación televisiva. La promoción de la emisión del film en la propia cadena, afecta a estas dos formas de ser distinto un film en televisión que en una sala de cine –la intelectual y la literal: respecto a la primera se encuentra concernido el diseño de la promoción del film (forma, medios y rango, frecuencia, interacción (bidireccional) con auto-promoción e identidad de cadena, desvelado y truncado de “momentos especiales”, etc.); respecto a la segunda se trata de la realización concreta de las piezas de promoción (selección de fragmentos, edición, rotulación, off y locución en relación a la banda de sonido del film, etc.).

La televisión es una tecnología, como lo es el cine, pero que no tiene como característica principal un discurso concreto, ni implementa un lenguaje específico, como ocurre con el cine, sino que implementa y se caracteriza por la continuidad de –y entre– discursos y lenguajes. Además, la televisión representa el encuentro en igualdad de relevancia del interés ideológico y del económico, así como los mecanismos estratégicos de refuerzo mutuo. Por otro lado la televisión es el lugar simbólico de encuentro multiplexado (siempre en forma de una continuidad pan-discur-

siva) de la actualidad, la contemporaneidad y la cotidianidad, con nuestro archivo y patrimonio cultural en general y cinematográfico en particular. El consumo hipertrofiado e indiscriminado de televisión afecta por ello de manera decisiva y viciada en la visión de mundo que cada individuo atesora y va modificando o construyendo, frente a esa otra visión de mundo cultivada e ilustrada, apoyada en el encuentro por separado –o mejor dicho discernible, aunque sea simultáneo– de las fuentes de la actualidad y de aquellas de nuestra memoria o cultura.

El consumo de televisión en España alcanzó en el año 2004 los 218 minutos de media diaria por persona. Un record histórico que, a pesar de corroborarse también en las emisiones del verano –en que tradicionalmente el consumo baja– no sólo no se acompaña de un incremento de las horas de consumo de cine en televisión –que pareciera ser propicio como actividad para el tiempo de ocio– sino que se sigue una línea descendente de su consumo en las cadenas generalistas. Además, el perfil de la audiencia televisiva cada día tiene más edad: los mayores de 45 años representan el 52,6 % del consumo total, mientras que los jóvenes sólo el 10,9 %, cifra inferior a la de cualquier otro año y que se considera motivada por la dedicación de los jóvenes a videojuegos o Internet. En contraste con el bajo consumo de cine en televisión, las series nacionales tienen un consumo excepcional: 23 de las 30 emisiones más seguidas son de las denominadas como «ficción nacional»¹ –en que se supone que se incluyen también esa contradicción en términos que representan las *tv-movies* (el nº 1 del ranking lo ostenta el fútbol). También aumenta, por segundo año consecutivo, la inversión publicitaria en televisión (en torno al 10 % respecto de 2003), así como el número de horas de publicidad en televisión, aunque –según se afirma en el artículo fuente de estos datos– «se frena la erosión de la eficacia publicitaria en televisión debido a que se ha reducido la saturación». Desde luego, más que en una reducción de la saturación, cabría pensar en una re-distribución de la saturación bajo una estrategia de sincretismo entre los diversos elementos de la programación televisiva. Desde este punto de vista, se entiende la progresiva –y perversa– sustitución en las rejillas generalistas de televisión de las emisiones de films de calidad por los subproductos de cultura mediática que representa la «ficción nacional»: con estos subproductos y los nuevos formatos híbridos –entre contenido, continuidad y publicidad– de tipo “microespacio televisivo”, se hace más fácil y efectiva la operación de sincretismo entre actualidad y ficción, entre directo y realidad, entre cine y publicidad. Además, de paso se alimenta a una industria cultural local ramplona compuesta o entretejida –de manera directa o indirecta– por productores, distribuidores, directivos y miembros de juntas directivas de medios públicos y privados, por miembros de consejos diversos del audiovisual, de sociedades de autor, por responsables en materia de legislación de medios y publicidad, por asociaciones de auto-regulación y otras asociaciones, etc.

La consideración conjunta de lo expuesto en estos tres primeros párrafos de la comunicación –y siempre que pensemos que el cine es un bien cultural y la televisión un servicio público– es lo que induce a subtitular esta comunicación como un manifiesto, dada la coyuntura particular que representa la transición a la TDT. Una coyuntura que es socio-mediática y no tecnológica, pues la tecnología digital supone nuevas potencialidades que –según se consideren y utilicen– pueden modificar, o bien reforzar y extremar, las “aniquilaciones” que viene sufriendo el cine en el medio televisivo, con consecuencias innegables sobre el sistema –y, digamos, estilo– de producción cinematográfica, así como sobre la consideración del cine como un bien cultural de alto valor epistemológico y artístico. Esa misma consideración conjunta de lo expuesto es, a su vez, la justificación en sí de esta ponencia, en que se propone un sistema de análisis y consideración combinado entre la fenomenología de un film televisado y su integridad como obra. Sistema de

análisis que, en este mismo acto de ser propuesto, se reconoce embrión ante la necesidad de un foro gestor de una nueva deontología para los medios que, necesariamente, pasa por el rescate del cine para la televisión, por una ética de respeto al eje triple lector-obra-autor y por la iluminación –integrada e ilustrada y no espectacular– de los agentes de la producción, distribución, programación y emisión mediática, protección y legislación cultural, crítica, investigación y cátedra del cine y del audiovisual en general.

Así, esta ponencia representa una propuesta de trazado o diseño de un foro especializado, pero plural, para el estudio y análisis del cine en televisión del cual se obtenga una dignificación, tanto del cine televisado y de la producción cinematográfica (ya sea para salas, para televisión o co-producida por televisión), como, subsidiariamente, de la propia programación televisiva. Para ello, el cuerpo de la ponencia se articula en dos partes. La primera es un breve diseño de composición del citado foro y su justificación. La segunda, dividida a su vez en dos partes, es –por un lado– una propuesta de análisis y extracción inicial de algunos aspectos o parámetros más significantes respecto a las manifestaciones y fenomenologías sensibles de pantalla y sonido del cine en televisión y –por otro lado– la misma operación sobre los efectos comunicativos y semióticos de la programación y la recepción del cine televisado y su relación y evolución interdependiente.

PRIMERA PARTE: POR UN FORO PARA EL ANÁLISIS Y LA SALVAGUARDA DEL CINE EN TELEVISIÓN

Existen miles y miles de textos de teoría, crítica e investigación del cine. En poco más de cien años la producción escrita sobre cine sobrepasa cuantitativamente sin duda en mucho a la producción cinematográfica en sí. De entre toda esa producción escrita, y desde los años 50-60 en que la televisión se generaliza, una parte, no muy extensa, se ha ocupado de analizar y describir las destrozas que del cine se hace en televisión. Generalmente –desde conocimientos y basamentos de tipo crítico o teórico– se incide sobre las pérdidas de elementos profílmicos, semióticos y simbólicos que sufren los films en televisión debido a la propia esencia del medio, a sus limitaciones técnicas de contraste, definición, acústica, etc. También se incide sobre las perturbaciones, que en la “lectura” del film, producen los cortes de publicidad, o sobre los días y horario de programación elegidos para la emisión de cine en tv (sobre todo de los films de calidad), etc.

Dicho esto, he aquí la descripción de un escenario ante el que nos encontramos:

- Existe producción teórica de análisis fílmico en general
- Existe producción teórica de análisis fílmico relativo a films concretos
- Existe producción teórica de análisis televisivo en general
- Existe producción teórica de análisis televisivo sobre formatos y programas concretos
- Existe producción teórica de análisis comparado de la imagen² fílmica y televisiva
- Existen manuales técnicos de análisis comparado de la imagen y tecnología cinematográficas y televisivas.

A pesar de toda esta producción intelectual (fundamentalmente escrita), generalmente la circulación de la misma rara vez se da entre colectivos –ya sean profesionales o académico/teóricos, ya sean de explotación y desarrollo, gestión, difusión, investigación, etc.– permaneciendo por

ello el conocimiento de las mismas en el interior de los colectivos en sí, sin que las conclusiones de unos las conozcan los otros. Desde los dos macrocolectivos –que podemos identificar como el de los profesionales, por un lado, y el de los teóricos, por otro– tales escritos, generalmente, suelen plasmar el resultado de detectar, descubrir, describir o presentar una serie de hechos, ideas, propuestas y análisis en relación al objeto de estudio o tratamiento (cine, televisión, tecnología audiovisual, etc.). Pero rara vez presentan propuestas concretas respecto al diseño de vías y caminos –así como de modos y estilos– que representen guías de futuro para la comunicación y que apunten a dos objetivos:

Por un lado, constituir un material teórico-práctico proyectivo³ que sirva para el aprendizaje de la comunicación audiovisual –y en particular, tanto del cine como de “otras formas posibles de televisión”–tal que el aprendizaje de estas cuestiones por parte de los jóvenes (y de los propios teóricos y profesionales, de manera continua y cruzada) no tenga que basarse sólo en la mirada hacia “lo ya existente” que, en el caso de la televisión (y del cine en televisión), es algo como para volver la vista. Y esto sin, lógicamente, negar para nada la condición de imprescindible que supone el conocer, también, precisamente “lo ya existente”, tanto lo excelente como lo denigrable. El material “teórico-práctico proyectivo” citado jugaría –en combinación con toda la producción escrita antes mencionada– el papel de modular los procesos de imitación o mimesis tanto sobre las excelencias como sobre las miserias, ya sea de la producción cinematográfica, de la televisiva, o de su cruce (e hibridación). Es decir, aceptando la necesidad de que un cierto nivel de aprendizaje del audiovisual se lleve a cabo a través de procesos de mimesis o repetición de lo ya existente (tanto de “lo bueno” como de “lo malo”), otro nivel debe llevarse a cabo por oposición a los procesos de mimesis y repetición (tanto de “lo bueno” como de “lo malo”). Esto es tanto como decir que, la tan cacareada necesidad de innovación en cualquier actividad o disciplina que se precie, puede y debe también ser guiada e inducida en el aprendizaje –tanto inicial como continuo– del audiovisual, por textos y “material teórico-práctico proyectivo” que sean, como ya se ha dicho, propuestas concretas respecto al diseño de vías y caminos –así como de modos y estilos– originales. Sólo así conseguiremos que la constante evolución y renovación que afecta a la comunicación –en particular al cine, la televisión y sus relaciones– se oriente por trazados que consoliden o desarrollen lo excelente y minimicen o reconduzcan lo perverso. Es decir, sólo así el arte podrá prevalecer sobre el negocio o, al menos, coexistir con él.

Y, por otro lado, constituir un material de referencia que sirva para la dinamización, optimización y dignificación de la comunicación, entendida como algo con trascendencias, no sólo epistemológicas, sino también ontológicas, sobre los individuos y las sociedades. Se trataría de crear vías y foros para la estimulación y puesta en circulación de la producción de materiales originales sobre análisis, teoría y crítica, así como sobre procedimientos, protocolos e informes –relativos a las diferentes formas del audiovisual y sus mutuas interacciones– por parte de teóricos y profesionales confluendo en los citados foros, igual que en equipos multidisciplinares o, mejor dicho, unidisciplinares pero multiperfil. La disciplina única sería la comunicación humana. La multiplicidad de perfiles vendría de la casuística que dibujan los diferentes sistemas, lenguajes, medios, rangos, formatos, especialidades, ocupaciones y dedicaciones, etc., concernidos en el estudio, producción o tratamiento de la comunicación. El objetivo es (en este caso de aplicación práctica sobre los procedimientos y operaciones) de nuevo, tratar de truncar las perversas fenomenologías disruptivas que introduce sobre la comunicación –a todos los niveles– el actual sis-

tema mediático, político y económico, y que tan perversamente afectan a la interacción entre arte y sociedad, entre creatividad e individuo. En particular, alertemos ya, no sólo de como en televisión se maltrata al cine de calidad (anterior, digamos, a la exacerbación de la telebasura), sino también de cómo el sistema mediático televisivo actúa sobre la forma, formato y estilo actuales de la producción y consumo cinematográfico y de comunicación en general, tal que –todo– televisión, cine, sociedad, individuos y sus interacciones respectivas, entran en un ciclo de degradación, sumisión o acoplamiento a las necesidades del actual sistema capitalista occidental. Para luchar contra eso, y tratar de materializar –si se consideran pertinentes y adecuadas– alguna de las propuestas que se hacen en esta comunicación, es por lo que pensamos que deberían constituirse foros –tanto materiales y presenciales como en red– con una composición y dinámica parecidas a las que sintetiza la siguiente tabla a través de sus campos y de la propuesta de lista de registros iniciales para la columna perfiles ⁴. Se ha completado el primer registro, para orientar en el modo de encarar el diseño y funcionamiento del foro, pues evidencia la necesidad de encuentro entre entornos tan disjuntos hasta el momento como el de operador de equipos en televisión y el de teórico, docente o investigador del cine

PERFIL INTEGRANTE	FUNCIONES EN FORO	OBJETIVOS
Operador/a de equipos, de visionado, repicado y continuidad.	<p>Desde su perfil: aportar partes paradigmáticos o significativos de emisión de los films, así como impresiones personales sobre el estado de las copias y el desarrollo efectivo de sus funciones.</p> <p>Hacia su perfil: estudiar las características paramétricas del profílmico en general que están bajo su acción de regulación o control y, particularmente, de lo más significativo al respecto de cada film, reseñado en las fichas o tablas ad-hoc que crearían los teóricos.</p>	<p>Desde su perfil: hacer ver a los teóricos los procedimientos, estrategias o normas de procedimiento concreto en la preparación de las cintas master. Debatir conjuntamente sobre casos concretos y comparar acciones o soluciones adoptadas frente a otras posibles. También debatir sobre el equilibrio entre los condicionantes tecnológicos y de medio, por un lado, y los requerimientos de respeto y salvaguarda de las obras originales, por otro.</p> <p>Hacia su perfil: adoptar en su trabajo procedimientos guiados sobre las acciones locales de variación de niveles o discriminación en los parámetros técnicos que repercutan significativamente sobre parámetros profílmicos particulares (de imagen y sonido).</p>
Etc		

Propuesta de lista inicial de registros para la columna de Perfiles de integrantes del foro (aparte de que se exhibe en la anterior propuesta de primera entrada completa para la tabla propuesta):

- Realizador de continuidad
- Jefe de sala de emisión
- Jefes de Emisión, programación, explotación y promoción de la emisión
- Directivos y miembros de los consejos de administración de las grandes cadenas de televisión.
- Especialistas en estándares tecnológicos internacionales
- Teóricos, críticos, docentes y “autores” de Cine
- Directivos, realizadores y técnicos de empresas de producción de cine, vídeo y televisión
- Directivos y miembros de la Academia del Cine, de asociaciones de publicidad, de consejos audiovisuales, de entidades de auto-regulación, de sociedades de autor, filmotecas, etc.
- Legisladores y jueces especialistas en materia de comunicación
- Etc.

Desde luego, esta propuesta de tabla, junto a la lista propuesta para su primera columna (perfiles), deja entrever que, si bien de manera teórica, el planteamiento de un foro tal puede resultar posible y relativamente sencillo de definir y diseñar, de manera práctica y efectiva, resultaría de una complejidad muy elevada –ya de entrada– su simple constitución (aunque fuera un único foro local pero completo), y de una complejidad desbordada su mantenimiento en funcionamiento periódico o permanente y con el adecuado dinamismo respecto de la circulación de sus integrantes y de las producciones concretas o conclusiones alcanzadas. Pero ello no debe desalentarnos. Tal y como decía Fassbinder «Lo que no somos capaces de cambiar debemos por lo menos describirlo»⁵. Además, tal vez deberían comenzar a formarse embriones de estos foros, aunque fueran locales y no fueran completos, en centros profesionales relacionados con el audiovisual, a saber, televisiones (públicas y privadas), productoras, asociaciones, etc., así como en centros teóricos, académicos y de investigación, a saber universidades, institutos de investigación, filmotecas, etc. Una vez esos embriones fueran produciendo y publicando material (principalmente escrito) y llegando a acuerdos (sobre todo de concienciación individual y “estamental” y de expansión y coordinación de las propias dedicaciones en el seno del audiovisual) –relativos a como mejorar nuestra comunicación y preservar el cine entendido como arte en una televisión entendida como servicio– entonces tal vez fueran apareciendo más foros locales incompletos, se fueran completando poco a poco, fueran manteniendo regularidad y estructuración (de jerarquización funcional y no nominal ni por puesto de origen) y, finalmente, se llegara a una coordinación estatal que alcanzara a la misma legislación de tal rango en materia de comunicación, incluso con incursiones a nivel europeo. En definitiva, esta ponencia trata de hacer buena la frase citada de Fassbinder y, en ese sentido, al terminar esta primera parte, quisiéramos complementar el intento de descripción del foro propuesto, aportando como punto de partida para la reflexión las siguientes palabras de Foucault, M (1999: 14, 20):

La producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar sus poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad. (p. 14)

[...]

Llegó un día en que la verdad se desplazó del acto ritualizado, eficaz y justo, de enunciación, hacia el enunciado mismo: hacia su sentido, su forma, su objeto, su relación con su referencia. [...] Sin embargo no ha cesado de desplazarse: las grandes mutaciones científicas quizá puedan a veces leerse como consecuencias de un descubrimiento, pero pueden leerse también como la aparición de formas nuevas de la voluntad de verdad. (p. 20)

SEGUNDA PARTE: PROPUESTA DE ANÁLISIS Y EXTRACCIÓN INICIAL DE ASPECTOS O PARÁMETROS

En esta parte se presenta una propuesta de análisis y extracción inicial de aspectos o parámetros significantes en las relaciones entre cine y televisión y, en particular, de aquellas de intermediación o interacción tecnológica, mediática o discursiva. En esta segunda parte se aplica ya un análisis relacional, en que se cruzan técnica y estrategia de programación televisivas con las “necesidades” del lenguaje cinematográfico, en busca del equilibrio entre reivindicaciones y respetos mutuos sobre competencias teóricas, actividades profesionales y obras. Trayendo a contexto las siguientes palabras de Frederic Jameson (1995: 188), en ellas nos presenta el principio general según el cual

Incluso cuando el cine pone en primer término otras artes –normalmente visuales, que pueden ir del vídeo a la escritura cuneiforme o del teatro a la pintura– lo que interesa es siempre cierta proposición formal implícita, como la superioridad del cine como medio sobre estos competidores dispares. Esto sería pues algo así como una autorreferencialidad insita al propio medio cinematográfico que, sin haber leído a Wagner, se propone instintivamente a sí mismo como la realización de los ideales del Gesamtkunstwerk (la obra de arte total), una afirmación que se desencadena en los momentos de peligro, cuando entra en juego el instinto de conservación del medio.

Independientemente del valor que puedan tener estas palabras como «hipótesis interpretativa general», de lo que aquí se trata –a la inversa de lo que describe Jameson– no es de la puesta en primer término por parte del cine de otros “medios”, sino de la puesta en último término del “medio” cine por parte de otro, la televisión. Y ante eso el cine ya no resiste, o al menos no resiste su «cierta proporción formal implícita», su «autorreferencialidad insita al propio medio cinematográfico», «su realización de los ideales de una obra de arte total». De hecho, en televisión no existe ni siquiera la competencia entre los medios que vehiculiza y el propio medio televisivo. En ella tales medios ni siquiera son dispares. Sólo una abstracción por parte del espectador les devuelve la condición de medio y de obra que, paradójicamente, conservan cuando se ven en el mismo monitor pero ya no desde una fuente TV sino desde el magnetoscopio o DVD con copias originales del film o la obra. Cualquier cosa en televisión es televisión y deja de ser lo que era. Aceptemos esto como insalvable pero –aprovechando la implantación de la TDT y del vídeo de Alta Definición, así como las potencialidades de las tecnologías de digitalización de la señal, de su procesado, de su difusión y de su archivo y recuperación– no dejemos pasar la oportunidad de revisar paramétricamente la fenomenología del cine en televisión y de buscar, como venimos diciendo, fórmulas que permitan conjugar sistemas técnicos, protocolos profesionales, disposiciones legales y conocimientos teóricos en favor de la salvaguarda de la integridad de la obra televisada, en favor de la salvaguarda del cine en televisión. Para ello, en esta ponencia, presentamos en los siguientes dos apartados una posible relación inicial de parámetros sobre los que cabría fijarse a la hora de contribuir a la pervivencia del espíritu y genio cinematográfico en televisión. Nos interesa la televisión generalista, que siempre existirá –por mucho que la televisión sea interactiva, a la carta y multicanal– aunque pueda cambiar de forma, modos y soportes. Precisamente, uno de los cambios que preconizamos al respecto es el que afecta a la ubicación del logo de cadena en el sistema de recepción y decodificación de la señal, tal y como aparece en la siguiente tabla inicial con algunas propuestas de definición y abordaje de los parámetros o aspectos de interacción entre el medio televisivo y el lenguaje cinematográfico.

Apartado A. Breve propuesta de algunos aspectos o parámetros significativos respecto a las manifestaciones y fenomenologías sensibles de pantalla y sonido del cine en televisión

PARÁMETRO O ASPECTO DE INTERACCIÓN CINE/TV	DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	PROPUESTA DE SUPERACIÓN
Logotipo de cadena "incrustado" en ángulo de pantalla TV durante emisión de films	Interacción de ocultación parcial y sistemática de la escena. Interacción con subtitulación. Distracción por reclamo visual inconsciente de tipo cromático y de contraste puntual permanente. Sobre ciertos films puede llegar a inducir una sensación abstracta y general de anacronismo (por evidenciación metonímica permanentemente en pantalla del dispositivo televisivo).	Prohibir legislativamente la mutilación del espacio escópico de desarrollo de un film por la "mosca" ^{6b} de cadena. Implementar los dispositivos técnicos e informáticos para que la identificación de cadena aparezca en el aparato decodificador o en el marco externo a la pantalla del monitor (también en el tiempo de emisión de publicidad).
Corte y eliminación de escenas o secuencias enteras en la preparación del master de emisión por problemas de doblaje	Ciertas escenas, en particular en las que aparecen relaciones sexuales, actos violentos o de trascendencia político-ideológica, no presentan banda doblada porque fueron objeto de censura en la época en que se doblaron y se suele usar la norma de eliminar la escena entera (en casos se llega a modificar el metraje incluso de varios minutos).	Evaluar los fragmentos y planos en que el espacio sonoro lo ocupa solamente Música y efectos con ausencia de diálogos (o presencia única de la voz humana en formas de gemidos, gritos, ect.). Si las sucesiones de planos son suficientes y dan corte para la edición, el operador de repicado debería afinar en la edición del master para salvar –coherentemente– la mayor parte de la escena posible. A su vez, debería de informar en foro a teóricos (muy especialmente a historiadores y sociólogos) sobre las variaciones, cortes, y demás ítems relevantes del parte de la copia de emisión.
Ecualización, niveles y calidad del audio	En ciertas televisiones ni siquiera existe técnicos de sonido que ecualicen o retoquen digitalmente los audios en los master de emisión	Proponer a los directivos de televisión y a los responsables de los diversos departamentos implicados, que se dote de plantilla especializada a las cadenas de televisión y que se atienda al espacio sonoro de los films televisados en igualdad de relevancia que la imagen, sobre todo en los films clásicos, en que el dolby digital y los sistemas de especialización acústica no existían.
Etc.		

Apartado B. Aspectos o parámetros significantes respecto a los efectos comunicativos y semióticos de la programación y la recepción del cine televisado

PARÁMETRO O ASPECTO DE INTERACCIÓN CINE/TV	DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	PROPUESTA DE SUPERACIÓN
Selección de puntos de corte del film para interrupciones publicitarias	Se elige a menudo puntos de truncamiento de las estrategias de suspense del film o puntos inmediatamente previos a resoluciones de nudos y puntos álgidos en la trama, para así retener a la audiencia en la cadena durante "los anuncios".	Los teóricos y los jefes de emisiones y programación deberían "pactar" los puntos de corte a publi en función del respeto al máximo de la estructura y estrategias discursivas del film. (podría ser una ficha que –también adjunta a la copia master– describiera esos puntos de corte
Transiciones entre los fragmentos del film y los bloques de publicidad	Las últimas tendencias en realización de continuidad televisiva y autopromoción empiezan a generalizar las estrategias de "meter" dentro del film a la publi y viceversa: tanto físicamente en imagen (en los extremos de contacto entre los fragmentos en que se divide en la emisión el film y los bloques de publicidad con que se alterna) como simbólicamente a través del star-system y sus retroalimentaciones redundantes en ficción y publicidad	Denunciar, clasificar y describir las barbaridades publicitarias y promocionales que se hacen en la continuidad y emisiones televisivas y que nos llevan a auténticas borracheras de pastiche visual, referencial, discursivo y espectacular en general. Promover legislación en contra de los microespacios promocionales camuflados como programación de contenidos. Cumplir y ajustar las normativas restrictivamente respecto a las ratios y caencias publicitarias en la programación.
Franjas horarias y distribuciones en parrilla semanal de las emisiones de films de calidad	Hubo un tiempo en que la televisión casi sólo podía emitir material de una cierta calidad pues no disponía ni de lenguaje, ni de red ni de hegemonía mediática, que le fueran propios. Hoy tras años de modelar "el gusto" de la audiencia "al gusto" de los publicistas y anunciantes, los films de calidad sirven en demasiadas ocasiones para rellenar parrillas en horas y días de escaso interés publicitario	El problema de la emisión en horas marginales no es solo de accesibilidad. También en esas horas decrece la atención a la emisión y su control, porque se suele trabajar con menos personal y se suele estar preparando las emisiones del día siguiente. Además las generaciones que se han criado ya con televisión en sus casas (incluida las privadas) , no suelen conocer un tipo de cine esencial y que, hasta las reediciones en DVD, era muy difícil de acceder. La única solución pasa aquí por un pacto de rango institucional

PARÁMETRO O ASPECTO DE INTERACCIÓN CINE/TV	DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	PROPUESTA DE SUPERACIÓN
Concurrencias del sistema de patrocinios encajados, la emisión de trailers de films y la promoción de la emisión.	La coexistencia –a través del recorte espacial y del encaje temporal– en un mismo lugar de lectura, de multitud de mensajes de índole y lenguaje diversos, todo ello en el seno de la comunicación comercial y autorreferencial, conlleva la imposibilidad de aislar y recomponer en integridad los textos “multiplexados”, por lo que, de nuevo, mediante estas estrategias el macrodiscurso televisivo disuelve al cinematográfico.	Mucho más allá de confiar en la autorregulación, mucho más allá de aceptar las estrategias de neo-formatos televisivos para el escamoteo de las ratios entre contenidos y publicidad, mucho más allá de considerar la televisión un mero inductor de comportamientos y hábitos de compra, reclamar el derecho a discernir discursos en su seno. Para ello debería muy firmemente adoptarse medidas legales como las que vienen existiendo en Francia para proteger el patrimonio cultural -entre el que cuentan el cine- tal que no se pueden emitir en televisión trailers de películas en exhibición para publicitar el film (fuera de programas especializados). Aquí, en España, no sólo se emiten con todo su poder prevaricador, sino que su emisión (de menos de un minuto de duración) encima se patrocina y, ya a pasado, por una colección de películas de vídeo o DVD en venta en los quioscos.
Etc.		

La lista sólo incluye la propuesta de unos pocos parámetros de referencia y sus campos y registros están puestos a modo de guía, para que potencialmente sean completados y modificados en los foros descritos en parte 1 de esta ponencia. Por otro lado, no todas las operaciones deben llevarse a cabo sobre cada film y su emisión, de forma sistemática y exhaustiva. Según la relevancia del film y la pertinencia de cada parámetro o el interés que nos suponga, analizaremos unos u otros y atenderemos más a unas cuestiones correctoras que a otras.

En verdad, sobre la película cinematográfica, dejan huella varios ojos: aunque de manera diferente –y desde posiciones, motivaciones y orientaciones muy separadas y disjuntas– tanto los ojos del operador de continuidad, como los del teórico cinematográfico, operan sobre el “cuerpo” del film una disección, ya sea física, ya sea simbólica y semiótica, que no lo dejan indemne respecto de cuestiones de alto valor significativo. De ahí la necesidad de relevar y tratar las necesarias atenciones que desde todos los niveles, estamentos y especialidades de dedicación al audiovisual debe dedicarse a tales cuestiones significantes. La tabla que se muestra en el siguiente apartado es una propuesta de abordaje inicial de este asunto:

Cabría hacer de esta tabla las mismas observaciones que las expresadas respecto de la tabla del apartado anterior, en cuanto a su condición de propuesta inicial.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Esta ponencia emana de la experiencia aplicada y analítica que como operador de repicados y continuidad adquirió su autor –a lo largo de más de dos años– en una cadena pública de televisión autonómica, y del cruce de ese conocimiento con una competencia teórica y crítica en torno al cine, la televisión, el audiovisual y la comunicación en general, así como de una inquietud ética respecto de todo ello. Por eso, en el marco de este congreso, se considera pertinente presentar esta propuesta analítica que, no toca al autor implementar, desarrollar o completar, sino a los integrantes de un potencial foro que viene descrito en la parte primera de esta ponencia. No sólo no compete esa tarea a personas aisladas, sino que además, sería imposible en tales circunstancias siquiera diseñar y contemplar todos los elementos y aspectos puestos en juego y que aquí tan solo se esbozan y presentan como propuesta inicial. Cuanto más lo sería mantener el –o los– foro/s en actividad y produciendo conclusiones, acuerdos y aplicación de resultados. La ponencia se ha descrito pensando tanto en tecnologías digitales y ópticas como en las analógicas y electro-magnéticas. Ciertamente, la total implantación de sistemas y dispositivos plenamente digitales, y la robotización y digitalización integral de los procesos, supondrá la automatización de muchos aspectos y procedimientos, pero eso no garantizará la salvaguarda del cine en televisión si no se sigue atento y activo a la esencia de lo expuesto en esta ponencia respecto a las cuestiones de cultura, arte y ética que le acompaña.

Quisiera terminar citando a Jean Luc Godard (1985: 167), a quien sin duda toda persona que ame el cine y la televisión acogería como participante, más bien como director, de los foros y acciones que se presentan y proponen en esta ponencia perfumada de manifiesto. Una cita llena de la potencia que da conjugar la paradoja con la sensación de dominio:

En el curso de un film –en su discurso, es decir, en su curso discontinuo– me dan ganas de hacer de todo, en torno al deporte, a la política e incluso en torno a los ultramarinos. [...] en un film se puede poner todo. Hay que poner todo en un film. Cuando me preguntan por qué hablo, o hago hablar, sobre Vietnam, sobre Jacques Anquetil, sobre una mujer que engaña a su marido, remito a la persona que me hace esa pregunta a su cotidianeidad habitual. Todo está ahí. Y está todo yuxtapuesto. Es por lo que me siento tan atraído por la televisión. Un diario televisado que se hiciera con documentos esmerados, sería extraordinario. Y aun lo sería más el encargar a los directores de los periódicos de hacer cada uno a su vez los informativos televisados. Es por eso que, ante que hablar de cine o televisión, yo prefiero emplear los términos más generales de imágenes y sonidos.

Bibliografía

FOUCAULT, M. (1999): *El Orden del Discurso*. Barcelona, Tusquets.

GODARD, J.L. (1985): *Godard par Godard – Les années Karina (1960 a 1967)*. Paris, Flammarion.

JAMESON, F. (1995): *La estética geopolítica – Cine y espacio en el sistema mundial*. Barcelona, Paidós.

Notas

- ¹ Fuente de los datos de este párrafo: Eduardo García-Matilla, director de Corporación Multimedia, según artículo “2004: el consumo de televisión llega a récord histórico de 218 minutos” en www.noticiasdot.com, de 4 de enero de 2005.
- ² Cuando decimos imagen, entiéndase también, de manera amplia, lenguaje y medio.
- ³ Decimos proyectivo, en referencia a la condición de “vectorizado hacia el futuro” que debe presentar el material teórico-práctico, ya sea éste texto verbal o audiovisual.
- ⁴ Esta propuesta no es más que un planteamiento de partida, a modo de ejemplo inicial, de por donde debería discurrir una cierta vía de investigación del audiovisual que hasta ahora no se ha visto implementada y que, de hacerlo, tal vez sus resultados podrían ser mucho más útiles y aplicables que muchas de las actuales producciones y lamentaciones disjuntas que, sobre la relación entre cultura, cine y televisión, se plantean desde diversos setores.
- ⁵ Curiosamente esta cita se rescata de otra cita que aparece (aislada a principio de capítulo) en un libro sobre la publicidad, en concreto en un libro de crítica feroz y descarnada a la publicidad y sus “destrozas crematísticas” sobre las conciencias, la sociedad y el arte: Beigbeder, F. (2001): *13,99 euros*. Barcelona, Anagrama (p.13).
- ⁶ El propio nombre que vulgarmente se da al logo de cadena en TV (la mosca), ya atestigua de los efectos de molestia escópica que produce en pantalla. De hecho, sobre la emisión de publicidad no se incrusta el logo, porque en ese caso, sí que el que paga el “espacio” (temporal) en la programación es dueño plenamente del espacio (topográfico) de pantalla. Como el productor y el autor del film no pagan, sino que cobran por la emisión de su obra, entonces el tiempo y el espacio de la misma pasa a ser propiedad de la cadena que hará un uso de ellos según le convenga en cada caso.