

## telecritico

## EL MUNDIAL

■ Millones de personas diseminadas a lo largo y a lo ancho del mundo se agrupan este mes frente a los televisores para presenciar el mismo espectáculo: el Campeonato Mundial de Fútbol. Si bien la imagen que ellos reciben es la misma, cada país tiene una forma diferente de complementarla. Sin necesidad de una mayor comprobación y sólo por nuestra experiencia en el extranjero en pasados campeonatos mundiales, podemos afirmar que los televidentes chilenos deben sentirse afortunados. La transmisión que realizan conjuntamente los canales 7 y 13 tienen el sello de sobriedad

informativa y comercial que era deseable.

Principiemos por la transmisión vía satélite. Sólo caben dos observaciones a su excelente calidad técnica. La primera es la ubicación de la cámara del plano general, demasiado elevada que obliga a un ángulo que no es el mejor para ver un partido de fútbol. La segunda es la ausencia de una cámara sobre el público. Los responsables de esta emisión parecen olvidarse que "el mundial" no es sólo un evento deportivo, sino una fiesta popular donde el interés por lo que sucede en la cancha se complementa por las manifestaciones emotivas del espectador que las presencia. La ausencia de esta cámara da a la transmisión

una asepsia deportiva limitando su interés a sólo los aficionados al fútbol.

En cuanto al complemento nacional, es grato reconocer sus bondades. La dupla de comentaristas, Julio Martínez y Sergio Livingstone, mantienen una sobriedad en sus comentarios que es plausible. Cuidan de no interrumpir la secuencia del juego y en los comentarios previos y finales, como en los del entretiempo, son más una guía de información para el espectador que periodistas que insisten —como sucede en otros casos— de volvernos a contar la jugada que el espectador ya vio. El relato de Ignacio Her-

nández, aún teniendo en cuenta sus comprensibles yerros, llama la atención por el tono de voz mesurado que no interfiere con la imagen y la buena pronunciación de los apellidos extranjeros.

Una transmisión de esta naturaleza cuesta mucho dinero y es lógico que nos refiramos en este comentario a los comerciales que hacen posible su emisión. Alegra ratificar que durante el partido se ha preferido la frase corta y distanciada para hacer propaganda a la transparencia que se sobrepone sobre la imagen y que suele estorbar la visión. Se ha elegido, así, la conveniencia del

televidente sobre la eficacia comercial y eso es algo que hay que agradecer. Estamos ciertos que en la transmisión del campeonato en otros países ha sido mayoritariamente entorpecida por este usual tipo de propaganda.

Los comerciales que anteceden al partido y se repiten en el entretiempo y al finalizar éste, tienen que tener una especial variedad y calidad para que no produzca el rechazo de un televidente que se verá abrumado por la misma imagen durante casi un mes. En general ello se logra. Especialmente atractivo son los comerciales de la firma "Lee", pero lamentablemente, no sucede lo mismo con

los del Fondo Mutuo de la Cooperativa Vitalicia en que la presencia de Adolfo Jankelevich, dura, tensa, en extremo verbalista, termina por fastidiar al telespectador. Lamentablemente este pionero de nuestra radio-telefonía no ha logrado, como otros locutores de su generación, amoldarse a los requerimientos del nuevo medio electrónico.

Tenemos, pues, que la infraestructura con la que han dotado los canales 7 y 13 al programa estrella de 1978, es, en lo general, adecuada y eficaz y ha permitido, sin disonancias, majaderías y excesos comerciales, disfrutar del mundial al público chileno.

GASPARIN