

ASUNTOS AGROPECUARIOS / CIENCIAS, TECNOLOGIA Y MEDIO AMBIENTE

Desde los aspectos técnicos: Una correcta grabación de la emisión de los programas sin cortes comerciales o alteraciones para su reproducción, programas únicos que puedan visualizarse sin tener que buscar los segmentos en capítulos distintos, calidad de sonido sin alteraciones entre voces e imágenes, una breve reseña escrita con las características primordiales de la emisión. Por ejemplo contenido, si es un programa especial y la frecuencia semanal, y prestar una cuidada atención a las fechas de emisión para que el mismo esté dentro de los parámetros que establece ATVC.

Desde el contenido de los programas esperamos contar con información destacada que permita tomar decisiones, imágenes cuidadas, investigación y contenido en entrevistas o informes con sus correspondientes zócalos informativos, opiniones fundamentadas con datos, contextualizar las notas que se realizan, y una musicalización acorde a los hechos así como un clima que nos convoque a ser parte de ese momento. En suma, nos gustaría recibir programas informados, con una correcta edición y un cuidado por la imagen y la calidad de la realización.

CULTURAL

Se inscriben en este rubro los programas de contenido artístico o cultural, es decir, aquellos que contemplen las disciplinas del arte o versen sobre costumbres o tradiciones materiales y creativas. A su vez, estas emisiones debieran en sí mismas constituirse como ofertas artísticas en cuanto al planteamiento audiovisual y la calidad de su contenido.

DEPORTIVO

Te enamoraste del deporte y de sus imágenes. Hacés tu programa, le ponés pasión y calidez, le das espacio, entrevistas, opinión y preocupación por su calidad periodística.

Es el momento de anotarte y venir a participar de los premios para la televisión por cable de todo el país. Los premios ATVC. Aunque sea un programa hecho a pulmón, caserito, pero con todo el aroma periodístico que tienen las cosas que se hacen por amor y por vocación.

Pueblos, pequeñas ciudades, capitales provinciales, grandes urbes. Todos tienen lugar en la sección deportiva de los premios. Vale la pena enterarte y participar. Vale la pena hacer un esfuerzo más para difundir lo que merece ser visto por más público. Crecer, conocer, intervenir, comparar y sentirse pleno por el deber cumplido. Acercate al deporte y sus premios ATVC.

DOCUMENTAL

Buscamos programas documentales que iluminen historias desconocidas, locales o globales, que generen un interés genuino. Donde se dé espacio a las distintas visiones y se vean imágenes cuidadas. Donde destaque la investigación y la autenticidad antes que el artificio. Historias que conmuevan y acerquen al espectador a otras épocas, otros mundos, otras vidas.

EDUCATIVO / INFANTIL

Qué espero de las propuestas en general

Que tengan un estándar de calidad técnica aceptable (luz, sonido, post producción, dirección, musicalización, gráfica, fotografía, etc.)

Que tengan un buen guión, aun siendo nuevas narrativas, que la historia esté bien contada y funcione, tanto en el campo de la ficción como en el de la no-ficción.

Que tenga ideas innovadoras que exploren lo mejor de cada formato o aporten nuevas maneras de narrar

Que convoquen a historias y personajes interesantes desde nuevos enfoques

Que si se trata de un formato clásico, esté bien realizado y tenga rasgos de innovación que le den vigencia

Que el programa tenga sentido para la sociedad, que aporte reflexión emoción, que despierte la sensibilidad y que ayude al desarrollo de una visión crítica de la realidad, que celebre la diversidad e invite al dialogo, que siempre pregunte y despierte la curiosidad

Que tome el tema que tome, hable de nuestra identidad en el mundo y del mundo en nuestra identidad

Con respecto a lo infantil

Que tengan en cuenta la perspectiva de los chicos en todas las decisiones de producción (elección de conductores que no los subestimen, nivel de producción, de dirección de arte, de investigación, de profesionalismo en el *expertise*, conocimiento del target, etc.)

Que ofrezca y amplíe diversas estéticas, géneros estilos y temáticas, considerando la especificidad del target, sin tabúes por un lado y sin tratamientos inadecuados por el otro y si se trabaja con conflictos de cualquier índole, que ofrezcan una reparación.

Que, desde las edades más tempranas, considere a los chicos sujetos de derecho y agentes de cambio, más que pasivos consumidores de contenidos y productos de mercadeo. Que no caigan en una definición ni ingenua ni romántica de las infancias.

Que no se constituyan a partir de lo que creen o quieren los adultos que les interese a los chicos, que se base en las auténticas necesidades y los intereses de las audiencias infantiles actuales.

Que no sea un mecanismo para vender otros productos (animaciones de fiestas infantiles, obras de teatro, instituciones, etc.)

Que no sea el registro de actividades escolares, en tales casos que logre un formato televisivo profesional que supere el mero registro del evento.

Que no reproduzca clichés ni modismos ya superados en la producción infantil.

INTERES GENERAL

Propuesta: Atractiva. Que logre involucrar al espectador despertando su interés por lo que muestra y por lo que quiere contar.

Objetivos: Claros y directos. Como Informar, entretener, educar, etc.

Si es un magazine, que lo sea en el más amplio sentido. Necesita que productor/es, conductor/es, panelista/s y noteros vuelquen su inteligencia, carisma y capacidad en el trabajo, en lo que saben hacer. Cada nota debe ser distintiva, cada invitado, el mejor, cada informe esclarecedor.

Si es un Programa Especial, que lo sea en el sentido más puro de la palabra. Mostrar el sujeto desde una óptica diferente.

Si cubrimos un recital, mostrarlo desde adentro. La organización, los ensayos previos, el armado, etc. Olvidarse que las cámaras estás sobre un trípode estático mirando lo que pasa sobre un escenario o una escenografía.

Presentación: Tiene que vender al programa. Pero tiene que estar acorde con él. Poco es malo y mucho también. Si la presentación es una superproducción ficcionada o animada usando muchos recursos que después presupuestariamente o técnicamente no se trasladarán al programa, el espectador sentirá el cambio. Y no es bueno. Se necesita lo justo para atraer. Buenas imágenes, títulos, música y un editor que despliegue su creatividad.

Musicalización: Debe acompañe al programa sin sobresalir pero debe crear climas y levantar cuando es necesario. No necesita ser un hit ni estar siempre arriba. La música instrumental es un buen recurso. Nuestra música es una excelente apuesta.

La Puesta: Poner especial cuidado con la escenografía. Si se utilizan pantallas de Led o chroma key como parte de la misma, tienen que cuidarse los recortes de luz sobre conductores e invitados. Es necesario un buen contraluz y luz frontal suficiente para despegarlos del fondo. El chroma debe estar con buena iluminación bien distribuida.

Sonido: Debe ser claro. Evitar voces saturadas y ruidos molestos. Si se usan corbateros, pegarlos con cinta tipo hipoalérgico debajo de la ropa, y si es posible colocar sobre el micrófono un círculo de paño para evitar el roce con la ropa.

Contenido: Buscar siempre originalidad. Contar una historia, o varias observándolas desde un ángulo u óptica diferente. Primero sorprendiéndose uno mismo para poder transmitirlo a la audiencia. En cada localidad, en cada pueblo, en cada región, siempre hay historias, personajes, hechos, paisajes, importantes y desconocidos para el resto del país. Encontrarlos y mostrarlos de una manera original, es la consigna. Todos los días pasa algo que nuestros propios vecinos desconocen y se sorprenderán. Es el trabajo del realizador, del productor, mostrar y sorprender. La televisión por cable es eso, emoción, entretenimiento, cultura...Enseña, educa, Informa.

MUSICAL

El jurado no pierde de vista, una realidad que el realizador no debe "olvidar", la televisión está dirigida a dos sentidos...la vista y el oído...no se puede oler, tocar, etc. Queda claro entonces cuando el audio está mal, está mal el 50%.

En el jurado me especializo en música sobre todo y me angustia cuando algunos realizadores tienen un desconocimiento total del contexto musical...Ejemplo: un río caudaloso color marrón musicalizado con un bongó es de África, mismo río musicalizado con un chamamé es correntino, con un arpa es paraguayo, con una chacarera es santiagueño, con un charango es del altiplano.

Con sonidos electrónicos el realizador no ayuda al televidente a que se "traslade" al contexto deseado...el audio da contexto a lo que se ve con una intensidad incomparable. Esto no quiere decir que solo se debe tomar como herramienta la música folklórica, sino que ese 50% de sonidos debe guardar un contexto adecuado con las imágenes que se muestran.

PERIODISTICO DE OPINION

A la inversa del llamado Periodismo Informativo, donde la estrella es la inmediatez de la noticia, para evaluar los programas que compitan en el rubro Periodismo de Opinión (lo mismo vale para el Análisis o la Entrevista) me

importará que el conductor tenga en claro que la cosa es entre seres humanos y que hay que darle al televidente un mayor tiempo de reflexión para que se interiorice y comprenda lo que vé o lo que escucha.

Lo que se espera básicamente de este rubro es que quien conduce muestre mucho equilibrio a la hora de expresar la menor cantidad de prejuicios posibles en sus opiniones y análisis, que sea justo si conduce un debate y que sepa que él es un vehículo y que su palabra no es sagrada. Aquí, la estrella es la verdad y para acercarse a ella se espera que demuestre que está bien informado sobre los hechos que comenta y que conoce muy bien el perfil del/los entrevistado/s para así opinar o preguntar en profundidad, más allá de los valores éticos y profesionales que se requieren para ser creíble.

La teoría de la objetividad periodística es más que rebatible, ya que desde el momento de la elección de un tema para opinar o analizar o de un interlocutor para entrevistar no se puede dejar de poner en tela de juicio ese pretendido deseo. Lo que se espera de este tipo de programas no es silenciar la primera persona, sino que el periodista acepte estar en segundo plano, dándole la prioridad a los hechos comentados o a las personas entrevistadas. Así, me parece importante evitar el "yo-yo" permanente o movimientos de cámara que saquen al televidente de la profundidad que merece cada tema. También sería beneficioso para enriquecer los programas que se acompañe con imágenes cualquier hecho que se comente o cualquier charla que se encare.

PERIODISTICO INFORMATIVO (NOTICIERO)

Con un televidente cada vez menos motivado a consumir contenidos de manera tradicional, y siendo las noticias en televisión todavía un gran convocante de audiencia, la producción eficaz de un noticiero tiene que priorizar:

-Sorprender y estimular a que se preste atención. Eludir todo motivo de distracción para el televidente, por ej., evitar hablar de una cosa y mostrar imágenes que no coincidan.

-Ser riguroso en cómo y qué titular, aquello que se juzgue más relevante en la jornada.

-Informar en un ritmo de inmediatez y atractivo que genere la voluntad de seguir viendo.

-Entretener con buenos recursos de imagen y sonido ambiente que apoyen los mensajes orales que se transmiten.

Prestar mucha atención que los recursos de imágenes son el argumento nativo de la televisión.

-Eludir largos parlamentos y testimonios de tomas fijas.

-Cada programa debiera planearse como una obra única de principio a fin, hilando los acontecimientos de la jornada como una integrada sucesión de sucesos, aunque se pase de policiales a deportes por ej. .

-Concretar un grado de satisfacción que motive la costumbre de seguir el Noticiero cada día. Esto se logra, además de con lo antedicho, generando contenidos que ofrezcan un servicio útil a la comunidad. Por ej.: además de la noticia policial del día, que tiende a quedar aislada, informar sobre los antecedentes de estos sucesos, y cómo el ciudadano puede prepararse para no convertirse en una víctima más.

-Asociar noticias del día con otras anteriores con las que el televidente pueda usar como puntos de referencia.

En pocas palabras, que se aprecie una producción esmerada.

PROMOCIONAL

Las piezas publicitarias y/o promocionales deben contener mensajes claros y concisos , que permitan a quien las ve comprender en pocos segundos la finalidad del producto. Además de la claridad del territorio conceptual debe existir un cuidado estético en imágenes y sonidos que refuercen el mensaje, dentro de un ámbito de calidad de realización sostenida por herramientas técnicas que permitan lograr formas creativas de primer nivel.