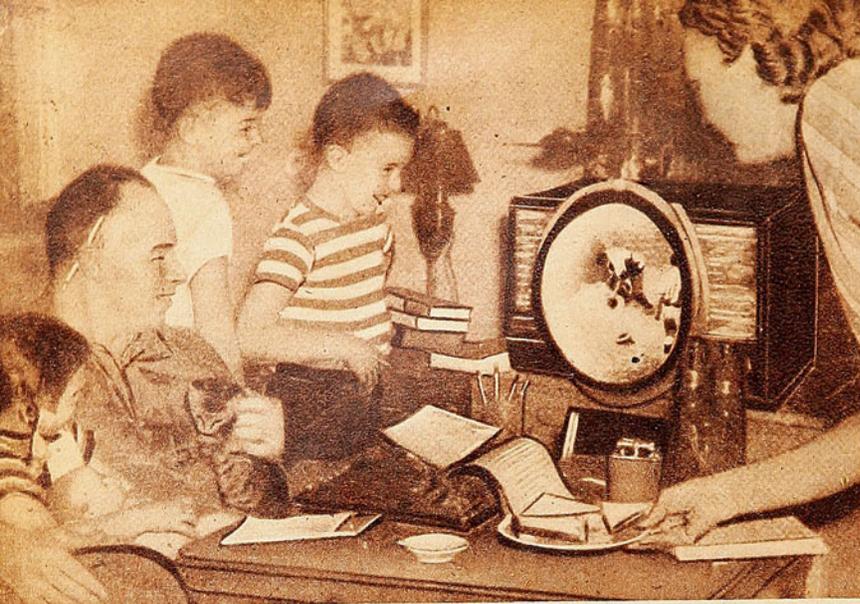


estadio

M.R.

PANTALEON CAL
zaguero de
Unión Español





Jimmy Powers, famoso cro-nista deportivo norteamer-icano, "asiste" a un partido de baseball rodeado por su familia (incluso el gato) y sin abandonar las comodida-des de su hogar. La televi-sión trae la emoción depor-tiva hasta la casa de cada aji-cionado.

cedido en Estados Unidos que las teletransmisiones deportivas han quedado en manos de las mismas perso-nas que dirigen las trans-misiones radia'es. Por eso, un relator acostumbrado a narrar el desarrollo de un encuentro de futbol, lo si-gue haciendo aunque el partido esté apareciendo en la pantalla de televisión. Y su actuación, en vez de aña-dir interés al encuentro, mole-sta y distrae al telespecta-dor. Es ridículo que cuan-do Araya esté preparándose para rematar un avance de Balbuena, y e' hincha lo es-té mirando con el corazón

LLEGARA el día en que usted, lector, podrá asistir al Estadio Nacional sin moverse de la sala de su casa. Y, lo que es más, en que podrá pasar del campo de Ñuñoa a Santa Laura, y de allí al Estadio Independencia, o al velódromo de San Eugenio, en menos de un minuto y sin abandonar su cómodo sillón favorito. No se trata de una utopía más. Es algo que está sucediendo ya en los Estados Unidos, donde la televi-sión lleva el deporte —¡todo el deporte!— a cada hogar.

Saque papel y lápiz, y haga cálculos: el valor de las entradas en tres estadios distintos; la ida y vuelta en micro-bus a cada uno de ellos; el peso que se paga por la "Sombrita" con la insignia de Colo Colo... Todo eso ahorrado cada domingo o día de fiesta. Se tardaría poco en cubrir el precio del aparato, ¿no es cierto? Sin tomar en cuenta las molestias que no pueden calcularse en pesos y centavos. Los apretones en el microbús, la cola en la boletería, el vecino de galería que insiste en limpiarse los zapatos en nuestra chaqueta; el otro, que es de Magallanes y cohíbe nuestro entusiasmo con miradas furibundas... Los zapatos empolvados y la camisa chorreante. Todo eso reemplazado por la tranquilidad del hogar y la pequeña pan-talla de televisión, que sigue de cerca a la pelota y brinda cada detalle del juego, aunque a veces la visión resulte un poco borrosa e imprecisa.

Para los públicos de Estados Unidos y Gran Bretaña, la televisión es ya una grata realidad. Para nosotros está a la vuelta de la esquina. Falta únicamente vencer el obstá-culo económico; los receptores son todavía demasiado caros para el mercado chileno. Y, además, hace falta que algún hombre de negocios emprendedor corra el riesgo de instalar la primera estación transmisora. Poroué, ¿quién va a interesarse en comprar un receptor si no tiene pro-gramas que captar?

Técnicamente, la teletransmisión de programas de-por-tivos encierra dos problemas principales. El primero se deriva de la naturaleza misma de las ondas de televisión y por el momento parece imposible de resolver. Las ondas de radio se elevan en forma casi vertical hacia la estratós-fera, y desde allí rebotan hacia el suelo. Por eso, llegan a cualquier punto de la tierra. En cambio, las de televisión se desplazan casi horizontalmente, y se detienen al encon-trar un obstáculo. Por eso, el alcance de una transmisora de televisión está limitado al horizonte. En Estados Uni-dos, las antenas son colocadas en sitios de gran altura, para lograr el máximo alcance posible, pero aún así, no se puede transmitir más allá de los límites de una ciudad. En el caso nuestro, no podríamos "telever" los programas de Playa Ancha o del Estadio El Tranque, ni el desarrollo completo de la "Doble Rancagua".

El segundo problema es más sencillo, aunque muy mo-lesto en un principio. Se trata de la inexperiencia de los encargados de fotografiar y relatar los programas. Ha su-

EL MILAGRO DE LA TELEVISION

ES COMO TRASLADAR UNA BUTACA DEL ESTADIO HASTA LA CASA, PARA VER EL MATCH

en la boca, salga una voz di-ciendo "¡Entró al área...; tiene un claro...; va a re-matar...; afuera!" ¡Afuera el relator! Es la reacción del que mira. Por eso la televi-ción exigirá la formación de verdaderos comentaristas, que, dejando de lado el relato, vayan dando al público in-dicaciones útiles desde el punto de vista técnico o seña-lando detalles que podrían escapar al no entendido.

Lo mismo sucede con la cámara. En un principio, los directores y fotógrafos de televisión se limitaban a enfocar el objetivo hacia el campo o el ring, y dejarlo ahí estático, dando al telespectador la misma visión que tiene el asis-tente a galería. Pero con el tiempo se fué aprovechando la capacidad de ampliación de la cámara y aproximando la cancha al objetivo cada vez que una jugada interesante lo justificaba. Así, ahora, los telespectadores pueden ver de cerca el rostro del jugador que va a rematar, o del arquero que se apresta a detener, y seguir el juego de las expre-siones faciales ante el éxito o el fracaso de la jugada. Un tiro de taquito es más hermoso si se ve de cerca, y es por eso que tantos aficionados llevan gemelos de carrera al Estadio Nacional. La televisión, bien manejada, puede re-emplazar con ventaja a los gemelos, aumentando la emo-ción para el espectador.

Hay deportes más apropiados que otros para la tele-transmisión. El boxeo, con su escenario reducido, es el te-ma ideal de la televisión. Se puede apreciar cada detalle y la facilidad de captar primeros planos es mucho mayor. En Estados Unidos y Gran Bretaña es el boxeo el deporte que más interés tiene para los televisores. No solamente por la circunstancia mencionada, sino también porque sus programas se desarrollan generalmente de noche. El pú-blico que va al Estadio Nacional a ver el clásico de las colonias, por ejemplo, busca también el sol y el aire libre. Pero el que va al Caupolicán a presenciar una pelea de Mario Salinas, no tiene más atracción que la pelea misma. Por el contrario, tiene que hacer frente al frío y a veces a la lluvia, y regresar a su casa a altas horas de la ma-drugada. Es lógico que se interese más en ver la misma pelea desde su casa, con el perro a los pies y la estufa al lado.

Y eso nos lleva a otro problema fundamental de la tele-visión: sus relaciones económicas con el deporte. Para el espectador es magnífico conservar en el bolsillo los pesos que hubiera tenido que pagar por entradas, pero los de-por-tes profesionales se mantienen con esas entradas, y la televisión puede disminuir en mucho el rendimiento de la taquilla. En Estados Unidos y Gran Bretaña se ha llegado

Sólo aficionados de EE. UU. y Gran Bretaña han conseguido hasta ahora gozar de las ventajas de poder presenciar las grandes atracciones deportivas, instalados en su hogar.



a dos conclusiones en tal sentido: primero, el público que desea asistir a un gran programa deportivo, es casi siempre superior a la capacidad del estadio en que se realiza, y, por eso, el perjuicio que la televisión hace a la taquilla es solamente relativo, y, segundo, hay un fuerte porcentaje de aficionados, que, aunque puedan ver el encuentro en su casa, prefieren contemplarlo con sus propios ojos, mezclados en el cálido ambiente de la barra. Esos son los espectadores-participantes, que van a la cancha, no tanto a ver jugar, como a gritar y saltar ellos mismos. Los que buscan en el deporte la oportunidad de liberar por unas horas todos los impulsos prohibidos por las reglas sociales, los que gozan poniéndose roncros y despeniándose cuando su equipo marca un tanto.

Para esos, la televisión no podrá nunca reemplazar a la visión directa del deporte.

En Estados Unidos y Gran Bretaña —únicos países en que funciona actualmente la televisión en gran escala—, los dueños de cafés y fuentes de soda han encontrado en ella una poderosa

Los deportes que se juegan en canchas de gran tamaño, como el futbol, y futbol americano, son difíciles de transmitir, pero los técnicos progresan constantemente, en busca de la perfección que lleve el realismo a cada receptor. Uno de los principales adelantos es la posibilidad de enjocar en primer plano al jugador que lleva la pelota.

atracción para sus negocios. Los cafés neoyorquinos han instalado grandes aparatos de televisión, en que sus parroquianos pueden presenciar los espectáculos deportivos del día, y, en las puertas del negocio, hay avisos como los de los cines, que anuncian: "Hoy, el encuentro de baseball entre Yankees y Cardenales"; o: "Esta noche, la pelea Louis-Walcott". Así, puede ir al café más próximo a presenciar el programa de sus preferencias.

No hay duda de que el gusto por el deporte, y su conocimiento, se derivan de la asistencia continuada a los espectáculos deportivos. Es común el caso de la señora que se aburre en el estadio "porque no conoce a los jugadores", y que sigue únicamente a su marido para estar segura de que va al estadio. Con la televisión, las posibilidades de asistir a los espectáculos deportivos aumentarán tanto, que el público entendido se centuplicará. Es como lo que sucede con la música. Una sinfonía no gusta la primera vez que se oye, ni a veces la segunda. La televisión puede producir una generación de expertos deportivos, que hayan visto no solamente un partido cada domingo, sino, ¡todos los partidos de cada domingo! Porque, si usted se está aburriendo ante un partido monótono y lento, ¿quién le impide dar vuelta a una perilla para ver medio tiempo de otro encuentro?

SIEMPRE FUE MEJOR

VIENE DE LA PAGINA 11

trante y resuelta, la dirección técnica dispuso el reemplazo de dos hombres que, a su juicio, le imponían esa fisonomía: Jorge Araya y Andrés Coll. No estamos muy convencidos que fuese así, efectivamente, sobre todo en lo que respecta al interior derecho, cuya mejor particularidad son sus pases profundos. Menos aconsejables resultaban las innovaciones, si no se disponía de los valores precisos para lograr el efecto deseado. Ni el debutante Riveros, ni Ulises Ramos pudieron mejorar las cosas. Por el contrario. Además, el traslado de este último al ataque, obligó a importantes modificaciones en el sexteto posterior, que también empeoraron el andar del conjunto, antes que mejorarlo. Juan Negri, por ejemplo, excelente en la custodia de un wing, no lo es tanto marcando a un insider; Bazán, su substituto, resulta demasiado novicio y frágil todavía; Alamos es eminentemente de defensa y no de apoyo.

Mientras las energías se mantuvieron, funcionó el sistema defensivo. No lució ni llegó a ser compromiso serio para Magallanes el ataque estudiantil —a pesar de sacar un gol—, pero tampoco pudo prosperar la mayor enjundia, la superior trabazón de los albicelestes. Decíamos que el match entraba en la categoría de "extraño", porque era demasiado concreta la impresión de superioridad del que se encontraba en desventaja. Era nítida la sensación de que no tardaría Magallanes en concretar esa mejor disposición.

Cuando sobre los 10', de la etapa complementaria Salamanca puso fin a un prolongado entrevero en el área chica de la "U", venciendo a Ibáñez, ya no cupo duda acerca de la definición del partido. Ocurre siempre que, cuando un equipo se sabe inferior, pero se encuentra en ventaja, se defiende improbablemente justo hasta cuando dura su ventaja. Desaparecida ella, se aminora el esfuerzo, tal vez por conciencia de su esterilidad. Fue lo que le ocurrió a Universidad de Chile. De ahí que ya no le resultara extremadamente difícil a Magallanes imponer su mayor solidez, su superior calidad de equipo. El mismo Salamanca y luego Orlandelli pusieron cifras conciliatorias con la realidad de los hechos.

CASTAGNOLI HNOS.
SAN DIEGO 863-867
TELEFONO 68378
FRENTE AL TEATRO CAUPOLICAN



PANTALON FUTBOL, COTTON, AZUL, NEGRO, BLANCO, \$ 30.—
PIEL, \$ 35.—, \$ 42.—
Y \$ 54.—

ZAPATO FUTBOL, UNA PIEZA, ESTOPEALES (toperales) 4 x 2, MONTADOS EN FIBRA, AL PRECIO REGALADO DE \$ 135.—



Zapato futbol "Perucca", especial, 2 piezas, horma ancha, punta dura, estopeales 4 x 2.
22 al 25 \$ 83— 34 al 38 \$ 135.—
26 al 29 \$ 91.—
30 al 33 \$ 98— 39 al 44 \$ 147.—

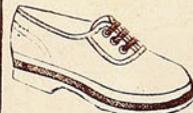
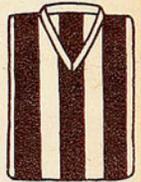
Zapato futbol "Perucca", Olimpico, modelo 2 piezas, reforzado, punta dura, estopeales 4 x 2, montados en fibra.

34 al 38 \$ 184.— 39 al 44 \$ 203.—
Zapato futbol "Perucca", Super Olimpico, la mejor que se fabrica en el país, Nos. 39 al 44, \$ 235.—



PELOTAS "SUPER SHOOT" MODELOS:
ARGENTINA - T - OLIMPICO ETC., \$ 350.— c/u.
MODELO ESPECIAL, CON CORRION, \$ 245.— c/u.
CON VALVULA Y MALLA, \$ 305.—

CAMISetas, JUEGOS DESDE \$ 450.—



BANDERINES EN RASO, DE TODOS LOS CLUBES CHICOS, \$ 50.—; GRANDES, \$ 80.—
ZAPATILLAS GIMNASIA, BLANCAS O AZULES.

18 al 23 \$ 65— 34 al 38 \$ 78.—
24 al 29 \$ 70.—
30 al 33 \$ 74— 39 al 44 \$ 80.—

ZAFATILLAS BASQUETBOL

norteamericanos, "Hood", \$ 360.— par.
nacionales, similar americanas.
34 al 38 \$ 182.— 39 al 44 \$ 198.—

DARLING

34 al 38 \$ 170.— 39 al 44 \$ 183.—

SATURNO

34 al 38 \$ 147.— 39 al 44 \$ 161.—

Trofeos desde \$ 28.— Medallas \$ 4.—

Vendas, 2.40 m. de largo \$ 14.—

Pantalón de goma tipo Ca-Si, \$ 105 y \$ 90.—

Suspensorios nacionales, taja ancha, \$ 80.—

y \$ 70.—

Medias de lana extra \$ 46.—

Rodilleras lisas, cada una \$ 44.—

Rodilleras con fieltro, cada una \$ 48.—

Suspensorios importados marca "Champion" \$ 80.—

DESPACHO DE REEMBOLSOS EN EL DIA