

El video en América Latina:Error! Bookmark not defined.
Actor innovador del Espacio audiovisual

Hernán Dinamarca

Introducción:

El Video: Hijo pródigo del Espacio Audiovisual

Cuando niño soñaba con ser un hijo pródigo. En hermosos cuentos narrados por mi madre había escuchado que tal hijo, oveja negra y bueno de veras, en su rebelde ambigüedad era siempre el mejor, el más querido. Con la llegada del ánimo severo del adulto supe que el áurea mágica y romántica de los hijos pródigos no existe, sino cada hombre y mujer es posible en su devenir.

El relato es bello, y hoy, a manera del juego afectivo, acudo a esa memoria al escribir sobre el rol o roles que viene jugando esa usina electrónica de producción de imágenes: el hecho tecnológico video.

En la década de los ochenta el video comenzó a ocupar el lugar público en el Espacio Audiovisual latinoamericano. Desde antes la tecnología video se usaba en la industria televisiva, pero su presencia como nuevo actor, con su versátil personalidad y posibilidades, acompañando al cine y la televisión, es propia de la pasada década. De ahí en más el vocablo video se popularizó con toda su ambigüedad denotativa, expresando así la singular polifuncionalidad del instrumento.

Para la comprensión colectiva video es la videograbadora (y/o videoreproductora) que en el hogar, en la escuela, en la empresa, en el avión, en el hotel, en la sede vecinal, en el sindicato, y en casi todo lugar es posible utilizarla como magnetoscopio doméstico o básico para autoprogramar o grabar imágenes de la pantalla.

Es video también el videocassete o cinta magnética que en "mágico acto" físico es capaz de portar el filme "Lo que el viento se llevó", el "registro" de una activa respuesta social y "congelar" en el tiempo las risas y rostros jóvenes que asisten al cumpleaños de quince de una vital adolescente.

Y Video -en estricto sentido, y con mayúscula- es una acción comunicacional. Es decir, un equipo básico -cámara electrónica, un magnetoscopio y un monitor- no sólo fue capaz de revolucionar la industria de la Televisión, sino que en lo fundamental ha permitido democratizar la posibilidad de manipulación-liberación de la luz, permitiendo una feliz y diversa multiplicación de espejos. Esta democratización es sinónimo de la extensión geográfica y social de la posibilidad de producir imágenes

electrónicas.

Qué vocablo, entonces, más pródigo en denotaciones. En su rebelde ambigüedad permite -por ejemplo, en diálogos periodísticos- que un nostálgico cinéfilo realice una innecesaria defensa del celuloide e insita, como corolario de su cruzada incomprendida, en acotar el video a "los video-clubes que hay en cada esquina". Mientras el entrevistado-realizador en Video enfatiza en la diversidad de usos y espacios de difusión-distribución de las imágenes electrónicas, indicando, además, que en los actuales procesos de producción y circulación de imágenes el video es un complemento del cine.

En otras situaciones su ambigüedad logra que los jóvenes usen la expresión al grabar en video el video-clip de Madonna. O bien cuando la dueña de casa atareada pide a sus hijos que le graben en video y "de la Tele" la teleserie realizada por técnicos y actores con equipos de Video-profesional, es decir, utilizando alta tecnología en cámaras electrónicas y en magnetoscopios de edición y efectos.

Las diversas denotaciones en el uso cotidiano del vocablo expresan la compleja polifuncionalidad del instrumento.

El hijo pródigo video se ha convertido en un insuperable bien para sus distintos usuarios.

Las organizaciones sociales y muchos comunicadores ven en el Video el tiempo nuevo de una comunicación audiovisual por fin participativa y horizontal: el mejor nuevo hecho tecnológico capaz de gestar renovadas formas de comunicación en los sectores populares.

- Productoras que nacieron utilizando este instrumento en interacción con movimientos sociales, luego de profesionalizar su práctica, han comenzado a reivindicar el derecho a ocupar un lugar en las emisoras televisivas con sus mensajes innovadores y gestores de identidad cultural.

- Realizadores audiovisuales y Productoras independientes pueden ahora aspirar con cierta viabilidad a canales de distribución masivos, junto a contar desde el principio con espacios alternativos de difusión y diversas posibilidades de inserción en el mercado de productos audiovisuales.

- En la dinámica del uso personal, familiar o cotidiano, los sectores medios y altos primero consumen un videograbador para ver las películas obtenidas en los videoclubes que alquilan videocassetes, luego para grabar el buen programa televisivo emitido a una hora poco propicia, y finalmente, con la llegada del turismo o motivados por una fiesta, la cámara VHS (formato 1/2

pulgada o doméstico) adquiere carácter de nuevo bien de uso y de juguete pródigo del hogar.

- Los educadores del sistema de enseñanza formal insisten en sus posibilidades como videograbador-reproductor de clases, actualizando así su tarea a la simbología icónica a que están acostumbradas las actuales generaciones. Además, los profesores más nóveles aspiran a una cámara VHS y un económico monitor que, junto al magnetoscopio doméstico, permita un equipo básico de producción de imágenes para la realización de ejercicios y autoprogramación de actividades (pues saben que en los países del norte es ya una extendida práctica educativa).

- Muchas grandes empresas cuentan con sofisticados estudios de video para satisfacer sus necesidades comunicativas internas. O bien, grandes y medianas empresas actúan como un rentable demandante de las productoras profesionales de Video, al utilizar imágenes electrónicas en la capacitación interna del personal, en la comunicación intergrupala o en la autopromoción institucional en largos o medios unitarios que informan a otras empresas sobre las bondades de su empresa.

- En las empresas y organismos estatales, o de cualquier institución o grupo que aspire a registrar o promocionar su actividad, es también una tendencia creciente el uso del video en la comunicación inter-institucional.

- La industria del turismo, en casi todo viaje en bus, tren o avión, usa el instrumento como videograbador-reproductor para amenizar con un liviano film a los entre eufóricos o somnolientos pasajeros. Asimismo, una pedagógica cinta magnética les instruye ante la posibilidad de un accidente. Y otras empresas de turismo, que planifican el ocio de ancianos y ancianas con dinero, utilizan la cámara de video para registrar la visita a una ciudad, el ascenso a una ruina enclavada en el pico más alto de una fatigosa montaña o el paseo en yate por la costa de cualquiera de los dos océanos que nos bañan.

- Entre todos los prodigios de este hijo pródigo ninguno como el logrado por las productoras de cortos publicitarios que han transformado los antiguos "réclames" en un singular arte de la sugestión compulsiva hacia el consumo. El uso de la alta tecnología del video, junto a los ordenadores de efectos digitales, hacen de la publicidad el sector económicamente líder en la utilización del instrumento y, en su rol de unilateral financiadora, ocupa una buena parte de la programación en la

actual industria televisiva.

- Con distinta vitalidad y en sugerente juego paralelo el Video como arte o experimentación creativa con el hecho tecnológico ha llevado a algunos creadores a reivindicar la especificidad de la cámara electrónica, del magnetoscopio y del monitor como gestores de la más contemporánea forma de autoexpresión artística.

- En la industria de la televisión, padre y madre del "rebelde" hecho tecnológico, el video es la base de su actual producción de programas, ya sea producidos por las propias emisoras o bien comprados a productoras o realizadores independientes.

El Teleperiodismo, por ejemplo, que producen o compran las emisoras, es realizado con funcionales cámaras y editoras "portátiles" que permiten una fácil cobertura en el lugar donde se produce la noticia y una rápida edición como documental o información audiovisual. El equipamiento ENG (Electronic News Gathering: cámara Betacam y HI-8 con VTR o magnetoscopio incluido) transformó el teleperiodismo actual en una práctica profesional dotada de una notable agilidad y simplicidad operacional (en los casos en que no se requiere la presencia de un entrevistador a cámara alcanza sólo con un profesional que desde el lugar del hecho transmite vía micro-ondas, al estilo de la exitosa serie televisiva norteamericana "Max Headrow").

Como se lee, no es difícil la enumeración descriptiva de los prodigios de este nuevo actor del Espacio Audiovisual latinoamericano. Y, en rigor, de la misma se omiten algunos usos menos diáfanos que facilita la tecnología video.

Uno es el quehacer de activos empresarios de la pornografía audiovisual. Estos no sólo piratean "clásicos" del género y los distribuyen en circuitos abiertos y cerrados, sino además en las grandes ciudades es un negocio abierto la producción con jóvenes "estrellas" locales.

Otro ejemplo es el uso oculto y represivo que en el inicio de los 90 y pos regímenes militares continúan haciendo algunos organismos de seguridad controlados o no por los nuevos gobiernos. En una parecida veta de uso, cualquier empresa que se autoatribuya importancia adquiere un circuito cerrado de video para congelar todos los movimientos dignos de sospecha.

Y en un estilo más audaz todavía, piratas contemporáneos de lo audiovisual utilizan videograbadores y videocassete en lucrativos negocios. Estos se amparan en la ausencia de legislaciones que den respuesta a los usos eventuales de las nuevas tecnologías de producción y transmisión audiovisual. Más allá del copiado ilegal de videocassetes que se comercializan en

los video clubes, existen situaciones como la de Islas Caimán - colonia británica en Las Antillas, de 18 mil habitantes-, donde video-piratas locales poseen un canal de televisión operando con cuatro antenas parabólicas y con 72 video-grabadores que copian los programas captados por satélite. O como en Iquitos, Perú, donde sus doscientos mil habitantes ven la televisión vía cable creada por un ciudadano canadiense que emite programas bajados del satélite y almacenados en videocassetes.

En suma, polifuncionalidad y ambigüedad de hijo pródigo que termina por llevar a cualquier mirada unilateral a connotar a la tecnología video ya sea como una oveja negra o como buena de veras.

Negra oveja para el poco informado crítico cultural. Este crítico, con una supuesta mirada objetiva, asigna al video grabador doméstico el status de desleal competidor del cine por inhibir la magia de la gran sala oscura y desvirtuar la resolución de la pantalla del rostro de su actor o actriz favorita (olvidando que el video en alta definición es hoy igual en resolución a la imagen del celuloide). O bien, el mismo crítico, con mirada explícitamente ideológica, denuncia a la oveja negra por la proliferación de video-clubes atiborrados de videocassetes protadores de las peores películas "made in Hollywood".

Bueno de veras y fascinante para el joven ejecutivo, con buen pasar y sólido poder adquisitivo, que recién casado compra una cámara y un videograbador para mañana recordar, a la luz de las imágenes electrónicas, el crecimiento de sus hijos.

Bueno de veras, útil y liberador, para el comunicador popular que realiza producciones en video junto a las organizaciones sociales, a diferencia de la industria de la televisión que, inalcanzable, aparece como un Goliat gestor de falsa conciencia.

Más pragmático, el poder transnacional que produce y distribuye hardware (equipos de producción) y software (programas audiovisuales) duerme tranquilo gracias a la rentabilidad de la industria, a la creciente demanda y al inequívoco uso de dominio cultural e ideológico que puede hacer del hecho tecnológico video. Duerme tranquilo, pues olvida o resta importancia a la utilización alternativa, en aras de una comunicación democrática, que el instrumento también permite.

Como buen hijo pródigo ha sido imposible no recepcionarlo en su paradójica unidad: objeto de consumo suntuario en los hogares donde es más y mejor el ocio y a la vez objeto útil para la autopromoción de étnicas o grupos sociales subordinados.

En fin, esta enumeración de usos, denotaciones y connotaciones de esa vaga palabra y muy concreta tecnología, busca explicar el sentido de una imagen verbal -la del hijo pródigo-capaz de resumir la percepción social del hecho tecnológico y

especialmente el potencial del video en el Espacio Audiovisual latinoamericano.

A partir de este párrafo hablaremos del Video con mayúscula, pues el norte del trabajo es la práctica comunicacional innovadora que permite el nuevo instrumento. Es decir, hablaremos sobre la producción y distribución de imágenes electrónicas que desde finales de los setenta e inicios de los ochenta realiza una pluralidad de actores individuales y colectivos, en forma productiva independiente a las emisoras televisivas.

A efectos de una amplia e inclusiva comprensión, entendemos por producción independiente a "todo programa realizado por productoras autónomas a los canales de televisión".¹

Sin embargo, en nuestro trabajo el eje de la reflexión estará dado por los actores que realizan una práctica comunicacional innovadora, alternativa y alterativa -por su sugerente cualidad de alterar- a la comunicación audiovisual hegemónica.

En el árido intento por aprehender y acotar un ámbito de la realidad, mediante la útil palabra o juego de palabras, el concepto ya tradicional de lo alternativo abarca desde el video popular y educativo hasta realizaciones que concientemente buscan competir e innovar en las pantallas de la televisión u otros espacios de emisión, así como asume una racionalidad política democrática en las comunicaciones.

Actores como las organizaciones sociales y comunicadores que participan de una comunicación horizontal y participativa; productoras y realizadores que con rigor profesional y calidad técnica y artística han demostrado las sugerencias creativas de sus programas en los circuitos de distribución masivos, tanto nacionales, regionales e internacionales; y creadores que en constante búsqueda expresiva vienen experimentando con el hecho tecnológico video, dan cuenta de este proceso innovador en la esfera de la comunicación audiovisual.

Muchos de ellos, desde mediados de la década de los ochenta, intentan incluso coordinar sus esfuerzos en el Movimiento de Video Latinoamericano. Dialogando y visionando en distintos festivales de Cine, Televisión y Video, en reuniones de mayor o menor amplitud temática y, lo más importante, en encuentros anuales autoconvocados por el propio movimiento.

Un movimiento que en su expresión real en la sociedad latinoamericana posee una doble importancia. Por un lado, su rol en el reflejo-producción de una identidad cultural audiovisual.

¹ "Experiencias en el Espacio Audiovisual: Argentina, Brasil, Chile y Uruguay". CEMA-ICD. Fundación de Cultura Universitaria. Montevideo, Uruguay, 1989.

Por otro, su creciente incidencia económico-social al ocupar un sector significativo de profesionales, técnicos y de otras actividades relacionadas a la producción y circulación audiovisual.

Un movimiento asignado por la diversidad (de estilos de producción, de géneros, de formatos y formas de producción, de espacios de difusión y distribución), por su vocación democrática y por su racionalidad liberadora de la luz.

En ese movimiento instituyente se juegan las mejores posibilidades de este hijo pródigo. Por lo mismo, el sentido de este trabajo es analizar la potencialidad en su devenir del nuevo -porque cerca de diez años son en el tiempo histórico una vital juventud- actor del Espacio Audiovisual latinoamericano.

Un nuevo actor inacabado que en este fin de siglo asiste al desafío de gestar un auténtico y creativo software audiovisual latinoamericano, como única garantía de una inserción y reproducción protagónica de nuestra identidad cultural en el espacio común por el cual transitan imágenes, cual espejos mágicos de la mágica y contradictoria aventura humana.

Capítulo Uno:

EL ESPACIO AUDIOVISUAL: La liberación de la luz y las innovaciones tecnológicas

¿QUE ES EL ESPACIO AUDIOVISUAL?

El concepto Espacio Audiovisual es una metáfora -como todo lenguaje- sobre las interrelaciones y significado social de los medios de comunicación y telecomunicación que, en acto sincrónico, utilizan la imagen y el sonido en tanto signos para la transmisión de sentidos: cine, televisión y Video.²

² Algunos documentos (Declaración de Quito, ULCRA, por ejemplo) comprenden al medio radial en el Espacio Audiovisual. La común difusión de la radio y la televisión abierta por ondas hertzianas, llevó a que en sus orígenes, y en algunos casos hasta hoy, la propiedad de ambos medios recayera en las mismas empresas. Esto explica esa integración. Sin embargo, en nuestro caso creemos pertinente excluir a la radio del Espacio Audiovisual, en la medida que en la actualidad tanto su producción como su distribución se relaciona al complejo del sonido, junto a la

El término empezó a utilizarse en las conferencias sobre medios de comunicación que, desde mediados de la década de los ochenta, se vienen efectuando en la Comunidad Económica Europea.

La confluencia de un conjunto de transformaciones tecnológicas y políticas en la esfera audiovisual, exigió una renovada tensión política a los actores sociales, públicos y empresas privadas de Europa. En efecto, la impertinencia de los satélites de comunicación directos (DBS), capaces de multiplicar las emisiones televisivas transfronterizas; el aumento de las emisoras televisivas VHF, UHF y cable; la tendencia a privatizar la propiedad y gestión del medio televisivo, en una región en que la televisión desde su origen fue definida como servicio público (incluso en Unión Soviética en julio de 1989 Gorbachov terminó con el monopolio del Estado en la TV y abrió un espacio a la TV privada); y, en especial, la propia debilidad de Europa en la producción de programas, en el marco de una ampliación considerable de la demanda a nivel mundial, fueron las causas convocantes a una reconsideración de las industrias audiovisuales.

Hay algunos ejemplos significativos sobre estas transformaciones.

En agosto de 1989, Estados Unidos lanzó el primer satélite comercial directo de comunicaciones, "Marco Polo I", que transmitirá televisión a los hogares británicos.

En 1990 el 70% de la TV por cable de Inglaterra estaba controlada por capital norteamericano; de ahí la competencia política por la programación en la televisión abierta en ondas hertzianas.

Un informe de la Comunidad Económica de 1984, "Hacia la Europa de la televisión", pronosticaba para finales de la década e inicios de los noventa la necesidad de producir un millón a un millón y medio de horas de programas (de los cuales sólo un tercio serían de tipo cinematográfico) para cubrir la avalancha de nuevas emisoras de TV cable, emisoras abiertas en baja banda UHF y emisoras directas del satélite. En 1988 Europa importaba el 44% de su programación (software) de los Estados Unidos.

La península continente, donde nació el cine y la televisión, creó entonces el concepto Espacio Audiovisual a partir de la decisión política de proteger el espacio por donde transitan las ondas, las fibras ópticas y los cables, portando imágenes y sonidos. "En el contexto de un creciente proceso de integración europea se destacó la necesidad de defensa de la soberanía del Espacio Audiovisual, frente a lo que los miembros de la comunidad llaman colonialismo cultural estadounidense: la invasión de las

industria discográfica y productoras radiales.

industrias culturales, la invasión en el campo del idioma, de las pautas de comportamiento, etcétera".³

Sin embargo, el término no sólo expresa la voluntad política de la Comunidad Europea. En lo fundamental es la necesaria comprensión contemporánea del sistema audiovisual: un todo en el que sus partes (Cine, Televisión y Video) se interrelacionan en forma dinámica.

Tanto los avances tecnológicos, como la estructura de propiedad y gestión hegemónica en la actual industria audiovisual, más la percepción cultural que poseen los productores y usuarios de estos medios de comunicación, son inequívocos respecto a la pertinencia del concepto Espacio Audiovisual, a nivel nacional, regional o internacional.

Una mirada histórica a la común cualidad cognitiva y emotiva de estos medios, junto a una mirada descriptiva a la revolución tecnológica contemporánea en el sector, nos permitirán reconocer el sentido integrador del Espacio Audiovisual y, a la vez, potenciar una percepción social también integradora del mismo.

LA LIBERACION DE LA LUZ

Fernando Birri -ex-Director de la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, La Habana, Cuba- en sugerente poesía fonética y visual ha escrito: "Miro con los tres ojos del 2.000". Con esa frase resumía el objetivo educacional de la Escuela: formas "Telecineastas": realizadores y técnicos capaces de hacer Cine, Televisión y Video, indistintamente. Además así expresaba el sentido histórico de la reproducción audiovisual, primero inanimada y luego animada, de la realidad: las imágenes icónicas como simulacros o extensiones de nuestros ojos.

Los tres ojos del 2.000 son el Cine, la Televisión y el Video. Estos medios audiovisuales en su actual integración poseen cada vez más potencialidades. Junto a la reproducción de la realidad también han logrado, mediante el simulacro de nuestro cerebro (el computador), producir imágenes digitales no analógicas; es decir, sin otra referencia que las posibilidades generadas por los chips electrónicos.

Las maravillas técnicas y plásticas del Cine y el Video; el perfecto espejo tridimensional posibilitado por el uso del rayo laser en la fotografía del siglo 21 -hoy ya real con la Holografía-; y la transmisión de las imágenes a distancia (TV, satélites), expresan el salto cualitativo dado por la humanidad en

³ idiem nota 1. Apartado "El Espacio Audiovisual Argentino", Susana Velleggia.

su inacabada búsqueda de la liberación de la luz.

Toda tecnología y todo arte es una extensión de los sentidos y del imaginario del Hombre. Lo es la escultura al proyectar en la materia nuestras fantasías y lo son los robots al extender nuestra motricidad productiva. Lo es la literatura o cualquier imaginario narrativo al crear una unidad totalizadora de significación y lo son los ordenadores al extender o simular nuestra inteligencia.

En la cultura visual desde el albor de la humanidad se inicia un largo periplo por manipular y liberar las luces y sombras, por extender nuestra visión vía las imágenes icónicas. "El sorprendente descubrimiento del reflejo del homínido que iba a beber en el lago o en el remanso, tras la mueca de sorpresa puntualmente reflejada, se constituye en factor fundamental en la adquisición de la conciencia del propio yo, al identificar la imagen en el agua como la imagen de sí mismo, reconociéndola como propia y distinta a la de otros semejantes".⁴ La cultura visual, en simbólica tesitura de "Seréis como Dioses", aspira a reproducir los colores de la vida.

Los trazos de la Cueva de Altamira son el primer doble mágico de lo real. Los dibujos bosquejados en las paredes de las primeras "casas" han quedado como testimonio de la separación de la humanidad de los animales, al unir el Trabajo (práctica transformadora) con un Sentido Comunicacional: "La abundante imaginería de animales y de escenas de caza acaso tuviera como función la de propiciar una buena caza en la realidad".⁵

Milenios más tarde, en esta aventura por la liberación de la luz, la Cámara Oscura y su principio físico de proyección de las imágenes invertidas en un cuarto oscuro (un orificio filtra los haces de rayos solares provenientes del exterior) constituirá un maravilloso invento que, entre otros usos, los "magos" lo utilizaron para divertir a la aristocracia en sus ratos de ocio.

Gimbattista Della Porta, nacido en 1535, en su libro "Magia Natural" describe los usos y sentidos del nuevo descubrimiento: "De cómo pueden verse en una cámara oscura escenas de caza, batallas entre enemigos y otras ilusiones...

Nada puede resultar más agradable de ver para los grandes hombres, los eruditos y las personas de ingenio; que en una cámara oscura podemos percibir, proyectadas sobre láminas blancas, tan claras y distintamente como si estuvieran ante nuestros ojos escenas de caza, banquetes, ejércitos enemigos, representaciones

⁴ "El simio informatizado", Roman Gubern. Revista Mensaje y Medios-Radio y televisión Española (RTVE). Madrid, España, 1989.

⁵ idiem

teatrales y todo cuanto pudiéramos desear. Hagan que frente a esa cámara, donde quieran ustedes representar esas cosas, haya un llano espacioso que reciba libremente los rayos del sol; allí pondrán árboles en orden, o también bosques, montañas, ríos y animales, sean verdaderos o fabricados con madera o algún otro material. Deben introducirse en ellos niños pequeños, como se acostumbra a hacer cuando se presentan comedias; simularán ciervos, osos, rinocerontes, elefantes, leones, o cualquier otro animal; aparecerán luego gradualmente en el llano, como si salieran de sus madrigueras; el cazador llegará con su jabalina, sus redes, flechas y otros útiles que invoquen la caza, sonarán cuernos y cornetas; los que estén en la cámara, verán árboles, animales, rostros de cazadores y todo lo demás, tan claramente que no podrán decir si es algo real o una ilusión...Con frecuencia he ofrecido este tipo de espectáculo a mis amigos, quienes lo admiraron y se divirtieron con el engaño..."

El minucioso relato de Della Porta expresa la constante búsqueda en la Historia de la humanidad por reproducir lo real, aunque ya el autor italiano de "Magia Natural" sabía del juego de ilusiones que el acto de trabajar con la luz también implica.

La fotografía y el cine

En el siglo 19, con la aparición en Francia de la fotografía, se crea la primera tecnología capaz de fijar imágenes químicas en un soporte sin una laboriosa copia manual y artesanal. De ahí en más la cultura icónica tendería a un desarrollo tecnológico, de apropiación social (democratización) y de posibilidades creativas vertiginoso.

La fotografía logró detener a las mujeres, hombres y cosas, mediante su "memoria química y visual inanimada".

Sobre su base, el 28 de diciembre de 1895, también en Francia, en París, se realiza la primera exhibición pública de cine. El Biógrafo -cuya libre etimología es "descripción de la vida"- vendría a crear los simulacros más fieles que el ser humano había logrado: por fin se había iconizado el flujo temporal al reproducir el movimiento.

Con el Cine no sólo se reproducía el espacio, los actores y su temporalidad, sino que era posible crear sueños en movimiento, gestándose la narrativa cinematográfica. Con el cine, la Luz era liberada de manera casi definitiva al descubrir sus secretos, sus orientaciones, sus tonos y sus signos; y en estudios o en exteriores el creador, haciendo uso de una libertad sólo limitada por la necesidad de nuevos descubrimientos, disponía de los haces luminosos para dotar de sentido a la narración visual (es decir, a la comunicación) de sus sueños, almacenados en el soporte químico

que es el celuloide.

La Linterna Mágica que en una colectiva sala oscura proyectaba y reproducía la vida en una pantalla, vino a democratizar la recepción de la cultura visual e icónica como nunca antes en la Historia. Cada vez más hombres y mujeres podían reconocer maravillados los espejos que reflejaban la cotidiana visión de sus ojos.

La televisión

Una nueva tecnología vendría a democratizar aún más la recepción de la cultura ahora audiovisual.

Desde las primeras décadas del siglo veinte la cultura auditiva -o la tecnología que extiende la voz y el oído- con el invento de la Radio podía transmitir a distancia y en forma eléctrica, vía las ondas hertzianas, todo tipo de ruidos, con o sin sentido.

Entonces, si se transmitían a distancia los sonidos, ¿por qué no transmitir sincrónicamente las imágenes a distancia?

El primer programa regular y público de Televisión fue emitido por el Organismo Oficial de la Radio Alemana (Reichsrundfunkgesellschaft) el 22 de marzo de 1935.

A los pocos meses, Rudolf Arnheim, en su artículo "Pronóstico de la Televisión", resumía el sentido conceptual del nuevo instrumento: "Por primera vez en la historia de la lucha del hombre por entender las cosas, puede experimentarse la simultaneidad tal cual, no sólo traducida en una sucesión temporal".

El cine con su soporte químico -el celuloide- reproducía la realidad y luego la ordenaba en una sucesión temporal arbitraria. La Televisión, en cambio, en sus inicios, constituyó "un sistema que permitía la transmisión a distancia de imágenes en movimiento (o estáticas), junto a la transmisión sincrónica del sonido, por procedimientos eléctricos -normalmente por radiodifusión- para su visionado instantáneo sin grabación permanente".⁶

En los orígenes de la televisión un primer subsistema transmitía esas imágenes a distancia. Y un tercer subsistema las recepcionaba mediante un monitor que decodificaba las señales, logrando la recepción casi en simultáneo de lo que acaecía en la realidad y era captado por las cámaras televisivas.

De esa forma surgía la Tele-realidad: "Producida por la imagen mecánica, secuencial y electrónica, que es el componente

⁶ "Introducción a la realización televisiva" RTVE. Madrid, España, 1987.

principal, junto a la transmisión sincrónica del sonido, de los mensajes difundidos por el sistema televisivo".⁷

Las imágenes icónicas, el flujo temporal y espacial tal cual es, al menos de una parte de la realidad, llegaba a la casa de cada hombre y mujer para impactar sus conciencias. Este nuevo espejo mágico democratizó en escala antes inimaginada la recepción social de la cultura audiovisual.

El video

Pero la televisión aún estaba incompleta. La muy extendida idea en los primeros años de la TV de un específico televisivo en lo que a lenguaje se refiere (la toma y retransmisión en directo), quedaría por lo menos como una reflexión parcial -si no superada- al producirse un evento en la evolución tecnológica de la Televisión que revolucionaría a esta Industria. En 1961 la empresa norteamericana AMPEX introduce en la producción y transmisión televisiva el primer magnetoscopio o videotape, modelo VR 8.999, en blanco y negro.

Este nuevo instrumento -el video- permitió la grabación y el registro permanente con su consiguiente capacidad de conservación y reproducción de las imágenes electrónicas. "La implantación generalizada de los magnetoscopios, así como (más tarde) de los sofisticados sistemas electrónicos de edición o montaje de los videocassete o tape, convirtieron a los programas en directo en una cosa casi del pasado".⁸

En efecto, la tecnología video revolucionó la producción de programas en la industria de la Televisión al permitir la grabación y el registro permanente, abriendo paso a la edición electrónica que utiliza el lenguaje narrativo heredado del cine. Y también revolucionó la transmisión al generalizarse la emisión de programas conservados y reproducivos, previo circuito industrial de compra y venta de los mismos.

El impacto de la tecnología video en la industria de la televisión es fácil de apreciar en una periodificación por décadas de la historia del medio televisivo, según la supremacía de un género de programas: "En los años 50 las telenovelas, en los 60 los informativos, en los 70 los programas infantiles y en los 80 los video de rock".⁹ A tal clasificación en periodos hay que

⁷ idem

⁸ idem

⁹ "Teleopio del pueblo", Paul Litle. Revista Chasqui, Quito, Ecuador, 1988.

agregar, también en los ochenta, la importancia en la programación de los cortos publicitarios realizados en centros productivos afuera de la industria televisiva con sofisticados equipos de grabación, edición y reproducción en video.

Desde el punto de vista narrativo -no obstante la televisión mantiene la transmisión en directo- el Video logra que en la Programación se difundan una heterogeneidad de mensajes a manera de servicio y se sucedan con facilidad, e incluso se articulen en el docudrama, el género ficción y el informativo-documental. Este nuevo super-montaje de la narrativa programática adquiere así el rango de específico televisivo.¹⁰

La televisión, vía el video, hereda y luego complementa al cine en el terreno del lenguaje audiovisual. La única singularidad televisiva consistirá en priorizar por los Planos Medios y Primeros Planos, en tanto aún subsiste la necesidad de considerar los límites visuales que impone el tamaño del monitor.

Con la incorporación del video en la cultura audiovisual la diferencia tecnológica entre el cine y la televisión se reducirá a la peculiaridad de sus respectivos soportes, en un caso el celuloide, en otro el magnético-electrónico. Aunque hoy también son tecnológicamente intercambiables y tienden a una similar resolución en la calidad de las imágenes.

Se mantiene como diferencia entre ambos medios audiovisuales las singularidades de su recepción sociológica: en el Cine el acto social del arte-espectáculo recepcionado en una sala oscura, en la Televisión el acto social del espectáculo-servicio en la cotidianidad del hogar, con todos los ecos de comprensión cognitiva que ello conlleva.

En la aventura humana por liberar la luz, la innovación tecnológica constante de los equipos de grabación y reproducción profesionales, semiprofesionales y domésticos, han logrado que el video democratice la recepción y, en lo fundamental, ha multiplicado el acceso individual y social a la producción de imágenes icónicas y sonidos.

Un hito es la aparición en el mercado mundial, entre 1975 y 1977, de los equipos semi-profesionales y profesionales U-Matic y los equipos domésticos VHS. Comienza ahí un doble proceso de democratización. En la recepción, mediante la posibilidad de autoprogramación de la cultura audiovisual. En la producción al extenderse social y geográficamente los productores. Y de ambas a la vez, por ejemplo, al permitir incluso la creación de redes

¹⁰ Concepto creado por Cebrian Herreros, a partir de referencia de Umberto Eco, citado en "Introducción a la realización televisiva", RTVE.

locales y autosuficientes de TV cable con simples equipos domésticos de grabación, reproducción y visionado.

Este proceso de democratización, sin embargo -como veremos más adelante-, debe evaluarse como pertinente sólo cuando reconocemos en el video un instrumento que permite la extensión social y geográfica de la manipulación-liberación de la luz.

EL ESPACIO AUDIOVISUAL Y LAS INNOVACIONES TECNOLOGICAS

En la actualidad es consenso considerar a "los medios de comunicación masiva, las telecomunicaciones y la informática como un sólo sector económico que es, al mismo tiempo, eje de las industrias culturales contemporáneas".¹¹ La unidad de las tres áreas radica, en especial, en la creciente interacción de sus respectivas y constantes innovaciones tecnológicas.

Por ejemplo, unos de los terminales domésticos de la innovación tecnológica en la comunicación audiovisual, el video grabador, puede registrar un programa recepcionado de transfronteras mediante el símbolo hogareño de la revolución de las telecomunicaciones, la antena parabólica. Y además el espectador es invitado a maravillarse con la animación gráfica tridimensional del programa pos-producido en un micro-computador, símbolo de la revolución informática.

Tal vez el mejor paradigma de esta integralidad es el multifacético rol de un monitor hogareño de televisión. En efecto, el monitor doméstico hoy es una Peritelevisión: la pantalla puede actuar como terminal de todas las informaciones de las nuevas tecnologías: del juego de video computarizado, de la computadora (teletexto), de la videograbadora, del video disco laser, de la Transmisión directa del satélite (DBS), del cable, de la transmisión por microondas, de la transmisión aérea por ondas hertzianas, etcétera.

Sobre estos interactivos soportes de innovación tecnológica (Medios de Comunicación masiva: en especial lo audiovisual; Telecomunicaciones: transmisión de informaciones y sentidos a distancia; e Informática) se apoyan las contemporáneas industrias culturales.

"Las transformaciones tecnológicas han producido un efecto homogeneizador e integrativo dentro de cada una de las ramas de la industria cultural, obligándonos a pensar en tres complejos sectoriales abrazadores y absorbentes:

¹¹ Revista VideoRed IPAL, Rafael Roncagliolo. Lima, Perú, diciembre de 1989.

- El complejo editorial (revistas, diarios y libros)
- El complejo del sonido (radio, disco)
- El complejo audiovisual (cine, televisión y video)".¹²

La pertinencia histórica y operativa del concepto Espacio Audiovisual viene dada entonces por esta realidad. En la Industria audiovisual contemporánea se han integrado en un sólo circuito productivo y comercial el cine, la televisión y el video. En Estados Unidos, modelo de esta integración, las películas van a un circuito de comercialización que abarca las salas de cine, la televisión comercial y los videocasete. Esta integración industrial permitió al país del norte un ingreso de 8.000 millones de dólares en 1988 por concepto de exportación de programas audiovisuales (cine, TV y video), siendo sólo superado por la industria aeronáutica.

La incidencia de las innovaciones tecnológicas en el Espacio Audiovisual, tanto en la esfera de la producción y recepción, como en la esfera de la teletransmisión a distancia, son diversas. A efectos de complementar nuestra reflexión sobre el rol innovador del Video en América Latina destacaremos sólo algunas.

Separación de la esfera de la emisión de la esfera de la producción de programas

Las innovaciones en el hardware en video facilitan la descentralización productiva. La miniaturización, sofisticación y abaratamiento del equipamiento Broadcast, ha multiplicado la presencia de nuevos productores con capacidad de ofrecer programas publicitarios y comunicacionales a las emisoras.

Las grandes emisoras continúan a la vanguardia en la adquisición de equipos. Sin embargo, la paralela proliferación de emisoras y de equipos de producción y su abaratamiento de los costos abre un espacio a la descentralización productiva.

Esta tendencia que viene desde la aparición en el mercado del equipamiento profesional U-Matic, hoy se ve fortalecida, por ejemplo, con las innovaciones en la computación. Una económica Commodore AMIGA, en su modelo 2.000, puede ser instalada en toda productora profesional e institucional y cuenta con dispositivos para crear animaciones, generar caracteres, diseñar complejas imágenes con paletas de 16 millones de colores, controlar a grabadoras de video en cualquier formato para la animación cuadro a cuadro, etcétera, todo con una calidad de resolución que permite entrar directamente a la producción en la televisión comercial.

¹² idem

La última cámara de reportaje -laser "Nitecam"- permite filmar en las condiciones más extremas: puede ver en la oscuridad hasta los cien metros. Mientras la línea de video doméstico Hi-8 (8 mm) posee alta resolución y en Japón hoy ya supera en uso al VHS. Y todas estas innovaciones son tarde o temprano incorporadas en el mercado de las productoras e instituciones que ocupan el instrumento.

Eclosión de emisoras y su segmentación por líneas de programación

A la emisión abierta en frecuencia alta banda VHF se ha agregado en los últimos años la baja banda UHF.

Otros sistemas, como el STV (televisión por suscripción con señal codificada en UHF), en 1984 tenía quinientos mil suscriptores sólo en Estados Unidos. El MDS (sistema de televisión multipunto vía microondas y decodificador hogareño de la señal) es una TV cable sin cable. La TV cable en el mismo año llegaba al 70% de los hogares norteamericanos. Y quinientos mil hogares contaban con antenas parabólicas para recibir directamente los satélite DBS.

En Europa se ha estimado que en el año 2.000 todo el territorio continental estará cableado y habrán 42 millones de hogares con TV cable al satélite y 22 millones con capacidad de recepción directa.

Esta eclosión de las emisoras ha alterado cualitativa y cuantitativamente el mercado de la programación. En cantidad con un aumento sostenido de la demanda de horas de programas (sólo Estados Unidos exportaba en 1988 100.000 horas de programación televisiva). En calidad al segmentar la programación de los canales. Estos comienzan a ofrecer programaciones monográficas: deportivas, musicales, de cine, de documentales, etcétera.

Televisión de Alta definición (HDTV)

El privilegio en la resolución de la imagen que tenía el cine ha terminado. La imagen electrónica en video y TV en alta definición ha igualado en calidad al celuloide. Se abre así una integración entre HDTV e industria cinematográfica ayer imposible, que incidirá en el lenguaje y en los costos y tiempo de producción.

De hecho, desde 1990 la SONY dispone de un centro de producción en el que se transfieren imágenes de TV en Alta Definición (TVAD) a películas de 35 mm, ofreciendo a los productores audiovisuales una doble salida a sus producciones: las salas de cine y las emisoras de televisión.

Europa con su HDTV (High definition 1.250 líneas/50 Hz) y Japón con su EDTV (Extender definition 1.125 líneas 50/Hz) son la

avanzada en la alta resolución. Competencias comerciales impidieron la unificación de la norma y la alta definición también se ha originado con dos normas distintas.

Europa espera emitir en 1994 con posibilidad de recepción por los actuales televisores, aunque pierdan la resolución de calidad. Japón, en cambio, emite en esas condiciones desde 1989. Esto es importante, pues una de las temidas consecuencias del HDTV era una eventual incapacidad de recepción por los monitores "tradicionales".

América Latina

A diferencia de Europa, en la región la norma es la desregulación o bien la existencia de regulaciones que no se cumplen. Hay ausencia de políticas integrales respecto al ingreso de las innovaciones tecnológicas.

Brasil, (el satélite Brasilsat 1 -lanzado en 1985- y 2), México (Satélite Morelos -puesto en órbita ese mismo año-) y los países del Pacto Andino (Satélite Cóndor -lanzamiento proyectado para 1992-), son los únicos que han desarrollado una política de telecomunicaciones, en general en colaboración con gobiernos del norte.

No hay regulaciones que incidan en la promoción de la producción independiente, salvo normas que por distintas razones no se aplican (ver capítulo siete: "Historicidad de la producción").

En Argentina y México, los dos países con mayor cantidad de TV cable, hay 200 y 88 empresas respectivamente dedicadas a un negocio que desregulado se alimenta de programación extranjera. En los otros países empieza recién a ingresar un sistema de emisión que en el norte se utiliza desde los años sesenta.

En México, en 1988, el número de parabólicas llegaba a doscientas mil y en Venezuela es un "deporte" para los jóvenes de las barriadas el dispararles a las antenas. En los otros países prácticamente no hay edificación en altura que no incorpore una parabólica; aunque la región aún no contempla actitudes comunes respecto a la programación transfronteras.

Ambigüedad de las innovaciones tecnológicas

Escribimos ambigüedad de las innovaciones tecnológicas para indicar las paradójicas consecuencias sociales de éstas en la sociedad de fines del milenio. Entre éstas destacamos:

- Primera ambigüedad: Las innovaciones tecnológicas facilitan la concentración industrial y oligopólica de los procesos de

producción y distribución; pero a la vez la desconcentración productiva y de difusión y distribución.

El 75% del mercado mundial de las comunicaciones es controlado por 80 sociedades transnacionales con asiento en el norte. Sólo el australiano Rupert Murdoch, entre otros activos comunicacionales, posee una cadena de emisoras de televisión abierta y por cable, y alquiló cuatro canales de televisión de un satélite europeo -Astra-, además de vender las antenas parabólicas para su recepción.

Pero, a la vez, todas las comunidades locales están en condiciones de posibilidad para crear redes de TV cable, producción incluida vía equipamiento doméstico en video, y la industria cultural conoce de la inserción descentralizada de nuevos emisores y de productores independientes.

- Segunda ambigüedad: La opinión pública mundial se masifica, se le controla ideológicamente desde los cielos; pero a la vez se permite la automirada electrónica de culturas tradicionalmente subordinadas, revalorándose las identidades culturales.

- Tercera ambigüedad: Las grandes industrias culturales extienden la unilateral comunicación vertical; pero a la vez otras industrias culturales o redes de producción y difusión alternativas extienden la comunicación participativa y horizontal.

- Cuarta ambigüedad: El Estado es desplazado de funciones de control y propiedad, cediendo ahora el control directo a sectores de las comunicaciones a grandes centros corporativo-empresariales; pero a la vez las sociedades democráticas exigen al Estado un renovado rol regulador, así como la tendencia a la privatización también permite el acceso a la emisión a nuevos actores privados e institucionales.

Esta ambigüedad real de las tecnologías audiovisuales supera cualquier mirada unilateral y polarizadora. Por lo mismo, la racionalidad democrática de comprensión y acción sobre el Espacio Audiovisual promueve múltiples iniciativas en la comunicación participativa y horizontal y en las industrias culturales o comunicación orientada al consumo masivo. (Sobre estos temas ver capítulo siete: "Historicidad de la producción").

Capítulo dos:

GENESIS HISTORICA DE ESTE NUEVO ACTOR EN EL EAL

EL VIDEO NACE EN LOS OCHENTA

En el proceso de génesis del Video en América Latina interactúan varios factores. Con el objeto de dar un carácter integrador a la mirada histórica, hemos relevado y unificado las condiciones inherentes a la propia esfera de la comunicación, las condiciones económico-tecnológicas y las condiciones socio-políticas internacionales y regionales comunes a la mayoría de las sociedades del subcontinente en el período de la emergencia de este nuevo actor del EAL.

Escribimos mayoría, pues en el análisis histórico no sólo hay lugar para la diferencia entre una y otra sociedad, sino, además, países latinoamericanos, como Cuba y Nicaragua, corresponden en lo fundamental lisa y llanamente a otra realidad. Por lo mismo, en cada caso explicitaremos las respectivas especificidades nacionales o subregionales.

Cronológicamente el Video se desarrolla en el primer quinquenio de los ochenta. En rigor, Brasil, Chile, Argentina, Perú, Bolivia y en menor medida Uruguay, son los países que muestran un dinamismo de origen en ese período, pues otras regiones presentan situaciones disímiles.

En el lugar del adelantado aparece Perú, donde hay importantes experiencias de utilización del instrumento a partir de 1977. Mientras regiones como América Central, Colombia, Venezuela y Ecuador conocen un dinamismo de origen recién en el segundo quinquenio de los ochenta. Y en el polo del retraso Paraguay hasta 1987 desconocía experiencias comunicacionales relevantes en Video, salvo la práctica en publicidad.

Reconocidas esas diferencias cronológicas es posible distinguir dos períodos en sus primeros diez años de vida (más un tercer período abierto en 1990 cuyas tendencias estudiaremos en el capítulo ocho sobre organizaciones del movimiento de video latinoamericano):

- Período fundacional, desde finales de los años setenta hasta 1986;
- Período de coordinación y primeros encuentros, desde 1987 hasta 1990.

Tal periodificación se fundamenta en el impacto que en el desarrollo y extensión del Video tiene a partir de 1987 la

tendencia a coordinar esfuerzos y a visionar en conjunto de videastas, productoras, instituciones e investigadores latinoamericanos. Desde esa fecha es posible reconocer formas de organización instituyente con una constructiva incidencia en esta práctica comunicacional. En cambio el primer período, además de fundacional, se caracterizó por un recíproco desconocimiento entre los gestores de este nuevo quehacer. (Ver capítulo seis: "Organización de los videastas").

Por último, antes de sistematizar los distintos factores condicionantes, importa destacar que estos en la realidad se articulan e interactúan en forma dinámica. No es posible encontrar en estado puro una experiencia condicionada en su génesis únicamente por un factor; pero todas son más o menos condicionadas por uno u otro.

1) EL VIDEO COMO NECESIDAD COMUNICACIONAL

La génesis del Video se asocia a tres factores inherentes al propio desarrollo de la comunicación social en América Latina. Estos actuaron como situación estructural en el área de la cultura y con capacidad de incidir en la extensión geográfica y social del Video.

A) La supremacía del imaginario audiovisual

En los años setenta la proliferación de antenas de televisión en las casas de los barrios urbanos de América Latina fue el símbolo material visible de una profunda transformación en el comportamiento socio-cultural y en la conciencia de la población.

Los cambios tecnológicos en la esfera de la emisión lograron que las imágenes electrónicas llegaran donde obstáculos del terreno o la inexistencia de energía eléctrica impedían el visionado del televisor.

En Chile, entre 1975 y 1985, los televisores aumentan de 700.000 a 1.750.000. El explosivo aumento del parque de televisores es común a toda América Latina.

Las noticias del mundo al instante, el fútbol mundial, las teleseries, el rock, la moda, los héroes y la fantasía animada, el entretenimiento y la tele-educación infantil, lo local y lo universal comenzó a llegar al campesinado, al llanero, al habitante del altiplano, al pescador, etcétera, consumándose la masificación de la cultura icónica y del sonido.

Acaecía así una paradójica democratización en la recepción del imaginario audiovisual: muchos miraban e internalizaban lo que muy pocos y en calidad de super-hombres y super-técnicos producían. La producción y la transmisión de monitos electrónicos

se transformó en una práctica fetichizada: aparentemente más allá de la vida social.

Por esta percepción como fetiche tecnológico, sus resonancias socio-culturales y en la conciencia individual y social fueron mayores. En efecto, si la mayoría nada o poco sabía sobre el nuevo quehacer, los ecos del mismo ni siquiera podían ser criticados; sólo restaba maravillarse ante el singular ingenio tecnológico contemporáneo.

Las grandes mayorías de América Latina, parafraseando a Umberto Eco, en los setenta se integraron al nuevo medio, pues la tesitura apocalíptica sólo cabía en la intelectualidad, generalmente la radical o los conservadores amantes de las bellas y clásicas artes.

"El vocablo fetichismo en las ciencias sociales expresa el acto mediante el cual los hombres vivos se metamorfosean en cosas y las cosas viven. Promover un fenómeno al rango de fetiche es sinónimo de pasividad para los hombres y ocultamiento de las condiciones reales que presiden su producción".¹³

En la televisión-fetiche, su recepción se caracterizó por una curiosa dualidad: al mismo tiempo cercana y ajena. Cercana, por su cotidiana presencia y por ser portadora de un lenguaje capaz de agudizar la inteligencia perceptiva: para cualquier niño pronto fue común la comprensión del sentido de los planos y las imágenes o en la narrativa audiovisual la utilización imaginada del tiempo, vía flash back. Ajena, porque la producción y emisión televisiva aparecía como un quehacer lejano a la sociedad, casi inaprehensible.

Hemos recordado la singularidad de la primera recepción socio-sicológica de la televisión -en gran medida aún presente- para explicar la ambigüedad con que la importancia del imaginario audiovisual incidió en el impulso del Video.

A partir de los años ochenta nadie discute la relevancia de lo audiovisual en la transmisión de cultura simbólica. De hecho adquiere el carácter de una escuela paralela que somete a niños, jóvenes y adultos a un bombardeo de estímulos más intenso que el proceso de enseñanza-aprendizaje formal. Lo anterior en todos los sectores sociales. Más aún, "para el Pobre que apenas tiene para subsistir, y para quien vive confinado territorialmente, como la gran mayoría de las masas urbanas de América Latina, el televisor adquiere un inmenso valor como fuente de contacto con otros horizontes y como gratificación ante una vida con pocas

¹³ "La comunicación masiva en el proceso de liberación", Armand Mattelart. Siglo Veintiuno editores, XI edición, México, 1986.

alternativas".¹⁴

El atractivo vital del televisor y su creciente preeminencia cultural determinó entre los sectores organizados y más activos del movimiento social y entre los creadores de las jóvenes generaciones un interés prioritario por la producción de imágenes. Serán estos actores sociales los primeros en utilizar el Video con fines sociales, educativo o de autoexpresión.

Determinado por la peculiaridad de la recepción-fetichismo del hecho tecnológico televisión, quienes comienzan a usar el Video enfrentaron -y en muchos casos aún enfrentan- un doble desafío.

Primero, al interior de sus propios grupos de referencia debieron superar la actitud de los apocalípticos, o bien de quienes simplemente se negaban a asumir el nuevo instrumento.

En otros casos, un tipo diferente de ignorancia sobre el medio y su tecnología llevó a la adquisición de equipamiento inapropiado, ya sea por absurdos como la incompatibilidad de los sistemas-señal color, por la complejidad del formato en relación a los usuarios o por la caducidad de los equipos. Aquí la fascinación ante la tecnología permitía el adquirir maravillas electrónicas sin racionalizar su utilidad. En América Latina hay múltiples experiencias de equipos nunca usados y abandonados en subterráneos de universidades, reparticiones estatales o en instituciones privadas.

Segundo, en el marco de la recepción-fetichismo, los realizadores en Video han aspirado a la formación de perceptores críticos, a enseñar a leer los textos subyacentes a las imágenes electrónicas. En consideración a que el público de la televisión es el mismo del Video, el desafío fue lograrlo en un receptor acostumbrado a una lectura acrítica, siempre fascinado ante la impronta de entretención y la calidad técnica de la programación televisiva.

Los perceptores han exigido una calidad y un ritmo de entretención que muchas veces los videastas no saben satisfacer, tanto por debilidades profesionales, por las dificultades creativas y técnicas que impone la producción en el seno de las propias organizaciones sociales o bien por el curioso convencimiento ideológico de que lo "formativo" debe ser serio en los contenidos y rígido desde el punto de vista formal.

Por lo mismo, para muchos realizadores el desafío ha sido producir sobre la base de la calidad técnica de los programas televisivos y autoexigirse innovación y creatividad para mejor acceder a un público que, si bien acrítico, reconoce y valora

¹⁴ "La TV soy yo", Valerio Fuenzalida. Revista Nueva Sociedad, 95, Caracas-Venezuela, 1988.

ciertos códigos del discurso audiovisual hegemónico.

B) La comunicación: una disciplina con estatuto universitario y científico, y las televisiones universitarias

El aumento sostenido, a partir de los primeros años de la década del sesenta, de las carreras universitarias de comunicación, es otro factor que incidió en la extensión del uso del Video.

En Brasil, Chile, Perú, Bolivia, México, Colombia, Ecuador, etcétera, se crean carreras de comunicación en las universidades o institutos privados: escuelas de Periodismo o carreras orientadas al Cine y la Televisión. Sólo Argentina y Uruguay, a pesar de su cultura audiovisual y periodística, carecieron hasta la década de los ochenta de formación universitaria en la materia.

Esto permitió, por un lado, la enseñanza superior de lo audiovisual a las nuevas generaciones y, por otro, un proceso de sistematización teórica. La comunicación de esa forma adquiriría estatuto de disciplina científica.

Uno de los perfiles formativos de las escuelas de comunicación en el marco de la radicalización universitaria y social de los años sesenta y principios de los setenta fue la corriente crítico-estructuralista. Esta cuestionó la propiedad de los medios, la gestión de los mismos e hizo una lectura connotativa, ya no sólo denotativa, de todos los discursos, incluido el Pato Donald (un clásico fue "Cómo leer al Pato Donald" de A. Mattelart y A. Dorfman). Sin duda, esta reflexión, aunque más tarde se reconoció negativamente su excesivo celo ideológico, contribuyó a una nueva aproximación en la región a las prácticas comunicacionales.¹⁵

Destacamos este hecho, pues un número importante de profesionales que trabajan en Video provienen de centros universitarios. Un estudio de 1989 de IPAL (Instituto para América Latina) sobre recursos humanos y necesidades de capacitación del movimiento de Video latinoamericano, cuantificó que el 53% tiene formación en comunicación social y sus edades oscilan entre los 25 y los cuarenta años.¹⁶

En el mismo sentido de condición en la génesis del Video, es importante destacar el rol de las emisoras universitarias de televisión. Estas, en algunos países, fueron centros de

¹⁵ Entre estos investigadores destacan, Armand y Michelle Mattelart, Camilo Taufic, Mario Kaplun.

¹⁶ Encuesta Capacitación IPAL. Revista VideoRed, Lima-Perú, diciembre de 1989.

experimentación audiovisual y con una racionalidad de servicio cultural. En América Latina la experiencia más difundida e importante corresponde a Bolivia (es destacable también el caso chileno, aunque sin énfasis experimental, sino claramente de industria cultural, salvo algunos canales universitarios regionales).

En Cochabamba y La Paz, surgen en 1978, 1979 y 1980 televisiones universitarias experimentales. En estas emisoras, que llevan el color al país altiplánico, se difunden contenidos regionales (descentralización importante en un país-crisol cultural) y ahí desarrollan sus primeras experiencias un número importante de realizadores y técnicos jóvenes que más tarde serán activos partícipes del Video boliviano.

C) El Video como instrumento de expresión audiovisual

El tercer factor en la génesis del Video en tanto condición inherente a la realidad comunicacional en la región, es el uso del Video como vehículo de expresión audiovisual, y en tal carácter como continuidad de la tradición del Nuevo Cine.

Una de las razones que explican la extensión del uso del Video, es la imposibilidad de los jóvenes creadores para hacer cine. En las últimas décadas resulta natural -por la supremacía del imaginario audiovisual- que energías expresivas se canalicen vía los códigos que articulan la imagen y el sonido. En América Latina el nuevo cine de los años sesenta y setenta expresó esta realidad.

Sin embargo, el cambio de voluntad política de los gobiernos de la región, que a finales de los setenta inhibió el apoyo estatal a los cineastas, la no inserción comercial de un cine con una explícita vocación contestataria y, en especial, el alto costo productivo del celuloide, determinó que muchos jóvenes con interés en lo audiovisual accedieran a un instrumento que, más allá de su transitoria menor calidad en la resolución de imágenes, al menos les permitía expresarse en una narrativa similar.

Hay algunas situaciones paradigmáticas respecto al rol motivador de este factor. Por ejemplo, en palabras de los propios videastas ecuatorianos: Esta actividad, como en muchos países de América Latina, además de su relación con los movimientos sociales, tiene sus orígenes en los propios realizadores cinematográficos que encuentran en el Video un sistema de producción de imágenes que por su operatividad, rapidez, bajo costo y permanente desarrollo es un instrumento alternativo al cine.

En Uruguay, uno de los países donde mayor importancia tiene este factor, quienes han promovido el Video son o directamente

"viejos" realizadores de la casi inexistente cinematografía nacional o jóvenes creadores que no pueden ni siquiera plantearse la posibilidad de hacer cine. En Uruguay hacer Video es sustituto de un cine que nunca existió, salvo experiencias aisladas y discontinuas.

Y en Bolivia, emulando al cineasta Jorge Sanjinés, en 1979 muchos jóvenes participan de un taller experimental de Cine, realizado por la Universidad Mayor de San Andrés en La Paz, del cual sale un grupo significativo de los videastas actuales.

2) EL VIDEO COMO NECESIDAD ECONOMICO-TECNOLOGICA

Un supuesto básico para la existencia y extensión del Video fue el ingreso al mercado regional de la tecnología. Desde finales de los años setenta es progresiva la masificación en el uso del video en formato doméstico, semiprofesional y profesional. La diversidad de formatos, sinónimo de diversidad de posibilidades de uso y de acceso social, junto al constante abaratamiento de los costos, constituyen la condición de viabilidad de la producción de software audiovisual en Video.

El ingreso de tecnología electrónica de punta se relaciona con la racionalidad económica dominante en los gobiernos de la región durante los años ochenta: un modelo neoliberal de mercado que incentivó el consumo y abrió los respectivos mercados nacionales a artículos suntuarios, vía el expediente de bajar los aranceles de importación.

La excepción a esta tendencia económica fue Cuba y Nicaragua, donde la importación e ingreso de equipos fue más tardía y cuantitativamente menor.

Eclosión de la actividad publicitaria

Sobre esta base económica y tecnológica se produce una eclosión de la actividad publicitaria. Esto en toda América Latina.

La publicidad es factor motivacional del consumo y sustento financiero de la industria televisiva. Ante la creciente demanda aumentan las productoras de video en formato profesional capaces de realizar la programación publicitaria. Estas cualificarán su equipamiento y sus equipos técnicos y creativos, en una dinámica de desarrollo vertiginoso.

En Chile, Brasil, Bolivia, Argentina y Uruguay, realizadores provenientes del cine y excluidos de la programación televisiva no publicitaria por los regímenes autoritarios, o por la imposibilidad financiera de hacer cine, se dedican a esta rentable actividad empresarial. Muchos de ellos orientan los excedentes acumulados hacia producciones en celuloide o en Video, como una

forma de canalizar sus necesidades expresivas o bien directamente por solidaridad social.

Recursos provenientes del video publicitario se han usado en la producción del género ficción, allí donde el cine es inalcanzable o de difícil acceso para jóvenes creadores.

También estos recursos han jugado un rol en el Video-Arte. Muchos video-artistas suelen ocupar los sofisticados equipos de edición electrónica que poseen las productoras publicitarias. Otras veces son ellos mismos quienes en la cotidianidad trabajan en publicidad audiovisual, o bien optan por acudir al común recurso de obtener graciosamente el uso de las islas editoras, 'robando' horas a las noches o en cualquier descanso de los magnetoscopios.

3) EL VIDEO COMO NECESIDAD POLITICO-SOCIAL

La confluencia de condiciones socio-políticas relativamente comunes a la región y otras internacionales, a fines de los años setenta y principios de los ochenta, fue la principal condición desencadenante del uso y extensión del Video en América Latina.

La mayoritaria presencia en esos años de gobiernos cívico-militares autoritarios y con un norte de reformulación del Estado, constituyó una condición política relativamente compartida en América Latina. En interacción, la sociedad civil elaboró todo tipo de respuestas organizativas y comunicacionales, que asimismo constituyeron una condición social común a la región.

Por su parte, cambios en la percepción internacinal sobre la comunicación de masa y nuevas decisiones en organismos multinacionales, actuaron como condición política exógena potenciadora del Video y de todo tipo de comunicación alternativa. El resultado de estos cambios fue la decisión gubernativa, de instituciones, partidos políticos y fundaciones privadas del mundo desarrollllo por orientar recursos a la comunicación en el mundo pobre. Así como la respuesta tributaria -y solidaria- de la sociedad civil del norte, constituyó la condición social exógena potenciadora de renovadas y horizontales formas de comunicación.

Como en todo proceso histórico complejo, los aspectos políticos se articulan con los sociales, por lo mismo en la reflexión se expondrán de manera integrada.

Es pertinente indicar que al hablar de condiciones políticas comprendemos a la ideología y la racionalización teórica sobre el proceso de comunicación de masas que justifican las acciones de los movimientos sociales, de los partidos y de los gobiernos.

A) Condiciones políticas y sociales internacionales

Con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial surgen y se consolidan los organismos multinacionales que regulan el orden económico y político internacional. En ese momento histórico es incontrarrestable la supremacía norteamericana.

En la Organización de Naciones Unidas (ONU) se estableció el principio del libre flujo comunicacional como garantía política de la propiedad privada de los medios de comunicación, de la libertad de expresión y, en lo fundamental, de la no existencia de barreras comunicacionales en áreas territoriales ni en realidades nacionales; esto sin perjuicio al reconocimiento de la soberanía nacional en los respectivos territorios.

En el contexto de la creciente confrontación político-ideológico Este-Oeste y Norte-Sur, en 1964 la Unión Soviética es aceptada en la UNESCO, organismo multinacional de las Naciones Unidas para la promoción y ayuda en el área de la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Desde ese momento se desarrolla una dinámica de conflicto político al interior de la UNESCO. Esta expresó la confrontación ideológica de la Unión Soviética y Estados Unidos; pero también las contradicciones informativas y culturales de los países de América Latina, Asia, y Africa con el principal desarrollado, y las contradicciones de Europa con Estados Unidos y la Unión Soviética.

En estas complejas relaciones se gesta una alianza crítica al principio del libre flujo comunicacional, en tanto baluarte conceptual de un orden informativo internacional considerado en los años sesenta y setenta desigual e injusto. La Unión Soviética y sus aliados, los países del Tercer Mundo -incentivados por los procesos de liberación nacional de Africa y los cambios sociales en Asia y América Latina- y la mayoría de los países desarrollados de Occidente, aunque con importantes matices y énfasis políticos, participan de esta tendencia. En el hecho Estados Unidos quedará aislado en su ideológica defensa de un orden informativo internacional mayoritariamente cuestionado.

En el trasfondo del debate estaba el reconocimiento al rol político y cultural central de los modernos medios de comunicación de masas en el mundo contemporáneo. Asimismo el reconocimiento a su carácter industrial e importancia creciente en la actividad económica.

El sustrato común de la crítica consistía en que el orden informativo existente no incorporaba la diversidad político y cultural del mundo y facilitaba la diversificación de actores estatales, privados y sociales en la emisión y producción industrial o no de contenidos comunicativos; diversificación que sí era incentivada y permitida por las transformaciones tecnológicas.

Sobre esa base histórica y política acaecieron importantes cambios en las concepciones y prácticas comunicacionales. En 1976 la UNESCO creó una Comisión Internacional para el estudio de los problemas de la Comunicación, presidida por Sean MacBride. En 1978 la UNESCO hizo pública una declaración sobre los medios de comunicación masivos. En 1980 la Comisión Internacional publicó el resultado de sus trabajos como el Informe MacBride. Uno y otro documento constituirán una evaluación global sobre la comunicación y el flujo comunicacional mundial que servirá de fundamento conceptual a la propuesta política y cultural de un Nuevo Orden Informativo Internacional (NOIIC).

El NOIIC realizó un diagnóstico crítico de "La concentración internacional y nacional de los medios de comunicación, de la dependencia transnacional del sur y su consecuente transculturización, y de la vinculación de los medios con intereses económicos particulares en desmedro de sus funciones como servicio público y agente de promoción cultural".

Como prognosis el NOIIC recomendaba, en especial a América Latina, "la formulación de Políticas Nacionales de Comunicación con el objeto de apoyar sus planes y programas de desarrollo y cambio social, la promoción de capacidades de producción propias para enfrentar la transculturización y facilitar la democratización de las comunicaciones, diversificando los emisores e incentivando la comunicación alternativa y participatoria".

De hecho el sistema de comunicaciones mundial, desde el NOIIC a la fecha, no ha sufrido grandes transformaciones en las relaciones de propiedad y gestión ni en los contenidos de los más importantes medios de comunicación, al menos en la perspectiva indicada por el informe. La salida de Estados Unidos e Inglaterra de UNESCO, en respuesta a las orientaciones asumidas por el organismo, inhibió también la continuidad de esos énfasis. En América Latina, las grandes orientaciones sobre Políticas Nacionales de Comunicación, como tales, fracasaron. (Ver capítulo siete: "Historicidad de la producción").

Sin embargo, el NOIIC, en los procesos de larga duración, alteró en lo sustantivo al sistema de comunicaciones pre-existente a su formulación.

Su influencia no ha sido explícita. Por el contrario, la propuesta del NOIIC debe evaluarse en el nivel de lo sutil, en la comprensión de los procesos comunicativos que, a partir de sus documentos, es patrimonio de la reflexión democrática. Su influencia debe evaluarse en cómo directa o indirectamente promovió nuevas experiencias comunicacionales.

El NOIIC generó un mayor flujo de comunicación democrática. En el nivel macrocomunicacional al incentivar la creación de nuevas agencias informativas internacionales: algunas europeas y

especializadas en renovados ejes temáticos, como Inter Press Service, y otras regionales, como agencias africanas de noticias, con el objetivo de informar desde los propios actores de la noticia.

En el nivel microcomunicacional al incentivar múltiples formas de comunicación horizontal y participativa en la base social.

Y en un sentido estrictamente teórico y político al incentivar la reflexión democratizadora sobre el sistema de medios de comunicación de masas, haciendo público y de interés el tema.

Un inmediato efecto de la propuesta del NOIIC será la influencia de recursos financieros y técnicos provenientes de la solidaridad internacional para la promoción de las comunicaciones en el Tercer Mundo.

El Video y la solidaridad internacional

Algunos proyectos en Video, educativos o de promoción popular, de los Estados y muchos proyectos de instituciones privadas, de profesionales, iglesias y organizaciones sociales, han sido posible gracias a la solidaridad técnica y financiera internacional.

A finales de los setenta y en el primer quinquenio de los ochenta, cuando gran parte de los recursos del fondo internacional para el desarrollo se orientaban hacia América Latina -por la pobreza crónica del subcontinente y por la coyuntural presencia de autoritarismos- las más importantes experiencias en Video alternativo fueron apoyadas por la solidaridad internacional.

Una larga cita de Antonio Onoratti sobre "La cooperación intra e inter-regional" resume el funcionamiento de la solidaridad financiera internacional:

"La cooperación internacional a proyectos de desarrollo, tanto en el campo de las acciones públicas como del sector no gubernamental, se realiza a través de un gran fondo económico establecido por los países industrializados para la ayuda y el intercambio con los pueblod dependientes. Ese fondo representa el 0.70% del Producto Nacional Bruto de los doce países más industrilizados y su contribución es aportada directamente por los trabajadores asalariados.

Existen tres sistemas de solidaridad:

- Financiamiento gubernamental, a través de convenios bilaterales de gobierno a gobierno, o convenios multilaterales entre gobiernos del norte y gobiernos locales o grupos de gobiernos del sur.

- Financiamiento intergubernamental, a través del sistema de Naciones Unidas o sus agencias (estos fondos también provienen de algunos países considerados subdesarrollados).

- Financiamiento no gubernamental (ONG) del norte, que viven también del fondo de ayuda al desarrollo, financian proyectos de ONG del sur. Otros son recursos privados de ámbitos de iglesias o de ámbitos políticos".¹⁷

La sociedad civil del mundo desarrollado destina recursos a distintas áreas de la solidaridad internacional:

- económico-social: iniciativas de micro-empresas, de inversión, de grupos de autoayuda, etcétera;
- socio-culturales: sector en el que entran los proyectos de comunicación audiovisual y otros;
- y académica, que incorpora todos los centros de estudios o instituciones orientadas a la investigación teórica.

La administración de los recursos y la definición de sus destinos es decisión política de los Estados del norte -allí donde existen organismos plurales y públicos que los gestionan- o bien de los gobiernos o de grupos de presión.

Como es obvio, estos recursos se asignan en función de una racionalidad ideológica y política de largo plazo. Por lo que, junto a ser ayuda para el desarrollo, es también factor condicionante de uno u otro tipo de desarrollo. De hecho hay un número importante de agencias (ONG del norte) que canalizan recursos sobre la base de identidades ideológicas a instituciones o grupos del sur, de izquierda y de derecha. En esos casos, o cuando se trata de ayudas gubernativas de Europa o América del Norte a gobiernos de la región, es fácil reconocer el apoyo a propuestas de desarrollo de signo socialdemócrata, neoliberal u otro.

Otras agencias prescinden de esa explícita direccionalidad ideológica al canalizar la ayuda y trabajan o se interesan por iniciativas cuyos gestores y destinatarios sean instituciones, personas u organizaciones del sur con real asiento en la sociedad civil. Esta expresión de la solidaridad suele asociarse a las iglesias o a fuerzas políticas progresistas del mundo desarrollado, o bien a ONG del norte administradas por Estados democráticos.

En estos casos se trata de un interés político plural y

¹⁷ "Las ONG y las investigaciones en comunicación en Chile", Carlos Catalán. FLACSO, Chile, 1989.

promotor de las potencialidades de desarrollo de las sociedades del mundo pobre. Por lo mismo, el financiamiento de las experiencias productivas con Video ha provenido de estas agencias, en especial de aquellas ligadas a las Iglesias protestantes o a la Iglesia Católica.

En América Latina las experiencias de uso del Video financiadas por agencias de solidaridad internacional se pueden caracterizar en cinco formas:

- Educativas estatales o gubernamentales. Aquellas iniciativas gestionadas desde el Estado y que se orientan a la promoción de sectores sociales. Un caso modelo es la acción del Estado peruano en el proyecto Pedagogía Audiovisual, dirigido al mundo campesino y patrocinado por la FAO de las Naciones Unidas.

- Institucionales. Aquella producción en Video en el interior de instituciones académicas en el área de la comunicación o en instituciones que promueven la educación o el desarrollo económico-social de grupos subordinados. Son departamentos de Video en el seno de instituciones más amplias. ISER en Brasil, Canelo de Nos y ECO en Chile, CECODAL en Argentina, CALANDRIA en Perú, son algunos ejemplos.

- Orgánico-sociales. Aquellas experiencias de producción en Video con un nexo orgánico en su génesis, en su gestión y en sus contenidos, a organizaciones de uno u otro movimiento social, de derechos humanos, iglesias e incluso de partidos políticos. El ejemplo modelo es TVT de Trabajadores en Brasil, que en su expresión en formato doméstico surge y se desarrolla en el interior del sindicato de obreros metalúrgicos de San Bernardo y Diadema.

- Las productoras en Video propiamente tales. Su única actividad es la producción-circulación y sus gestores son profesionales independientes que se agrupan en distintas formas de sociedad. Orientadas por una vocación democrática, realizan Video-Producto o Video-Proceso que difunden en distintas redes alternativas y en circuitos masivos. En general estas experiencias desde su inicio combinan la financiación de agencias de solidaridad internacional -base de su equipamiento y de algunos proyectos productivos- con el autofinanciamiento comercial, ya sea por su inserción en el mercado del video publicitario o vía la venta de servicios en el país y en el exterior. Más aún, a veces la ayuda indica un tiempo para su consolidación como empresas autosuficientes. Algunos ejemplos son Nueva Imagen, Proceso y Artecien en Chile, CEMA e Imágenes en Uruguay, TV Viva en Brasil, Juan Wallparrimachi en

Bolivia, TV Cultura en Perú.

- Apoyo a realizadores. Aquellos videos que son co-financiadas por gobiernos europeos o agencias privadas. Lo más común es el apoyo a iniciativas ligadas al Video-Arte. Institutos culturales europeos han financiado y facilitado infraestructura para muestras de Video-Arte, han promovido co-producciones entre realizadores de la región y europeos. Alemania Federal y el Instituto Goethe, España y el Instituto Cultural Iberoamericano, Francia y sus embajadas o los respectivos institutos franceses de cultura, Estados Unidos y sus centros culturales en la región, Inglaterra, Suecia, Italia, son algunos países que de una forma u otra han apoyado experiencias en Video, gestadas por realizadores, críticos o grupos de creadores.

(Los cambios ocurridos en el escenario internacional a fines de los ochenta e inicios de los noventa han determinado una sensible disminución de la solidaridad internacional al área de la comunicación. Sobre este tema nos extenderemos en el capítulo siete en el tema El desafío del financiamiento).

B) Condiciones políticas y sociales regionales

En el segundo quinquenio de los setenta y primer quinquenio de los ochenta, en América Latina la excepción eran los regímenes democráticos.

Los procesos de recuperación democrática son propios del segundo quinquenio de los ochenta. En esos años Argentina, Brasil y Uruguay, terminan sus respectivas transiciones a la democracia pos autoritarismos militares. Perú, Ecuador y Bolivia otra vez intentan ejercer el sufragio universal a pesar de una crónica crisis social. Paraguay comienza su transición hacia el aprendizaje de un ejercicio democrático nunca conocido. Y Chile inicia su recuperación democrática recién en 1989.

En América del Sur sólo Colombia y Venezuela fueron la excepción a la inestabilidad autoritaria y militar que asoló a la subregión en la década del setenta y primer quinquenio de los ochenta.

En América Central habían guerras civiles declaradas y, en consecuencia, la tecnología y el imaginario audiovisual fue incorporado de otro modo.

Y Cuba socialista, aunque latinoamericana, escapa a las variables sociales comunes a la región.

Este breve resumen (que exime a Cuba y América Central, limitando el análisis a América del Sur con la excepción de Colombia y Venezuela), sobre la mayoritaria presencia de autoritarismos en los años de la génesis del Video, busca situar

el contexto histórico-político en que surge este nuevo medio en el Espacio Audiovisual regional.

Con independencia a las especificidades de cada país, en la comunicación social los gobiernos cívico militares (se excluye la primera experiencia militar peruana en los años setenta, que, como izquierda de la época, estatizó e incluso socializó los medios de comunicación de masas) articularon dos medidas:

- La coerción y exclusión comunicacional. El cierre y más tarde la prohibición -salvo en los últimos años de sus gobiernos- de todo medio de comunicación de signo político opositor.

- Un discurso unilateral. Desde el Estado se orientó y controló un monótono discurso pro-regímenes militares y anti-democrático en las radios, los diarios y los canales de televisión permitidos.

Los medios de comunicación como reflejos de la pluralidad social, ideológica y política de la sociedad, cedieron -ceder es un decir- su espacio a "medios de comunicación" como reflejos de una realidad construida a imagen y semejanza de los grupos en el poder.

"Los canales de televisión que hasta entonces (1973) intentaban reflejar la diversidad de la sociedad chilena (por ejemplo), cayeron bajo el férreo control del régimen militar. El país real se quedó sin imágenes que lo reflejaran, que expresaran su existencia. En cambio, se elaboraron visiones cosméticas que se esforzaron en ocultar la vida cotidiana y los conflictos que vivía el país, entregando una visión idílica de él. En la televisión el espectáculo de la realidad fue sustituido por el mundo del espectáculo, con pretensiones de convertirlo en la 'Realidad'".¹⁸

Durante los autoritarismos no hubo cambios estructurales -con la excepción de Argentina- ni en la propiedad ni en la gestión de los medios televisivos. Sin embargo, sí hubo un cambio cualitativo en su financiamiento. La creciente importancia de la publicidad en la lógica del sistema económico y su rol central como financiante de los medios, llevó a que incluso los canales del Estado intentaran su inserción en ese mercado.

En ese marco, la sociedad civil organizada en movimientos sociales elaboró respuestas ante la ausencia de pluralidad de ojos y voces. Al ritmo de su reorganización y de su confrontación con el autoritarismo, fue gestando formas de comunicación propias.

Existían antecedentes desde las primeras décadas del siglo de

¹⁸ "La cooperación intra e interregional", Antonio Onoratti, en Libro idem nota 15.

formas de comunicación en el seno de los movimientos sociales: los periódicos obreros y boletines populares. Todavía más, se desarrollaron estas expresiones durante el gobierno de la Unidad Popular en Chile, el gobierno peronista de Cámpora en Argentina, y en general en el contexto de radicalidad que alcanzó la dinámica social en los años sesenta y setenta en la región. Pero, en rigor, éstas no eran extendidas socialmente y, lo más importante, no se trataba de una comunicación con una gestión y norte horizontal y democrático (vía la unidad formal o societal de emisores y perceptores, vía la retroalimentación), sino de iniciativas de partidos políticos o vanguardias sociales interesadas en la difusión de mensajes funcionales a sus objetivos.

Diferente será la situación en el período de los autoritarismos. La objetiva necesidad de formas de comunicación que expresen la sensibilidad y la realidad vivida por la sociedad civil, más los fundamentos teóricos para una nueva comunicación, ya extendidos entre los profesionales jóvenes y en sectores de los movimientos sociales, posibilitan múltiples formas de comunicación popular o alternativa.

Esta nueva comunicación en la base social no se verá como un simple instrumento agitativo o propagandístico. Tampoco como una simple respuesta con mensajes de cuño distinto a los de la comunicación hegemónica. Por el contrario, se ha tratado de una relación horizontal y participativa entre emisores y perceptores, de un intento estructural por democratizar socialmente el hacer comunicación.

En toda la región el video se transformó en el instrumento tecnológico capaz de mostrar las imágenes de una sociedad imposibilitada de reconocerse en el circo electrónico de las pantallas de televisión de esos años. El Video fue memoria audiovisual histórica, educador audiovisual, simple entretención, arte-insurgente y herético.

En Chile el nexo entre el Video y las dinámicas de reorganización democrática en la sociedad civil fue directo y complementario.

En Uruguay algunas expresiones de la movilización social que acompañaron la dinámica contestataria al régimen militar, fueron registradas en Video.

En Brasil las cerca de doscientas experiencias productivas que se agrupan en la Asociación Brasileña de Video Popular (ABVP), reconocen su origen principal en el fortalecimiento democrático de las organizaciones sociales y en la respuesta al control dictatorial de los medios de comunicación.

La Asociación Nacional de videastas brasileros explica así su emergencia: "El crecimiento de la producción se dio en un contexto de apertura democrática y de profunda crisis económica, social y

política. El año 1984 es muy importante para entender este momento. Varios grupos y proyectos de Video estaban en gestación...Una avalancha de programas fueron realizados...a partir de formas diversas, los realizadores alternativos y populares adoptaron una postura crítica ante los conflictos sociales...narrando una versión de los hechos diferente a la transmitida por los medios masivos de comunicación".

Con más o menos énfasis y singularidades, en Bolivia, Ecuador y Perú, el Video también se asocia a las étnias subordinadas y desarrollan una práctica organizativa y comunicacional democrática.

Capítulo tres:

EL VIDEO: ACTOR INNOVADOR DEL ESPACIO AUDIOVISUAL LATINOAMERICANO (EAL)

UN NUEVO ACTOR

El Video es un hecho tecnológico capaz de producir y reproducir mensajes audiovisuales. A efectos de considerarlo en el marco de nuestra reflexión central: un nuevo actor con potencialidades innovadoras del EAL, nos interesa sólo en su capacidad de producción de programas, de gestor de sentidos: razón de toda comunicación.

En el capítulo sobre la liberación de la luz resumíamos la contribución democrática del Video al extender social y geográficamente las posibilidades de producción de imágenes en sincronía con el sonido.

En América Latina, más allá del impacto y extensión del video en la cultura del ocio -dicho sin ningún sentido peyorativo- y de sus múltiples usos, su relevancia radica en tres ámbitos interrelacionados:

- en lograr una efectiva descentralización productiva;
- En su capacidad para superar la actual homogeneización y dependencia cultural del software distribuido en los circuitos masivos de la región;
- y en la consolidación de formas horizontales y participativas de comunicación audiovisual en interacción con procesos socio-históricos concretos.

Descubriendo una tecnología

A América Latina los primeros equipos de video doméstico y semiprofesionales llegaron en el segundo quinquenio de los años 70.

En Perú, a partir de 1975, el Ministerio de Agricultura con el apoyo de la F.A.O. (organismo de las Naciones Unidas) impulsa un proyecto de Pedagogía Masiva Audiovisual para el campesinado. En 1975 aún no había video en la región, de ahí que en un comienzo la experiencia se desarrolló en Cine (16 milímetros) o con equipos de televisión en blanco y negro.

Sin embargo, cuando en 1977 aparecieron en el mercado peruano los primeros equipos de video, muy pronto fueron evidentes las ventajas del nuevo hecho tecnológico. En nueve años -1977 a 1986- en su formato doméstico (VHS) permitió la realización de 85 paquetes pedagógicos de ocho clases cada uno, que fueron recepcionados por 200.000 campesinos. El costo de inversión en equipamiento en los nueve años fue el 10 por ciento del valor total del proyecto y el costo base por paquete fue de dos mil dólares.¹⁹

Este ejemplo pionero demuestra las principales ventajas y peculiaridades del Video al ingresar en un circuito de producción y emisión de comunicación audiovisual. Más aún si es de carácter socio-educativo, ya que su fácil operatividad, su relativo bajo costo y su posibilidad de recepción reiterada y con retroalimentación inmediata, permite un amplio espacio de uso.

Características del instrumento

a) El equipo de producción y reproducción básico en Video es simple y fácil de operar:

- Una cámara registra la señal imagen y la señal audio de referentes reales mediante un iconoscopio basado en los rayos catódicos y la célula fotoeléctrica.

- Un magnetoscopio (VTR profesional o VCR doméstico: grabador-reproductor) establece el campo magnético capaz de registrar en un mismo soporte (en general el soporte es una cinta, ya sea en carrete o bobina abierta o videocassete o bobina cerrada) la señal audio e imagen en forma sincrónica y reproducir a ambas

¹⁹ "Pedagogía masiva audiovisual", Revista Chasqui. Quito, Ecuador, 1988.

instantáneamente. (Hay cámaras profesionales -Betacam- y cámaras domésticas que integran en su tecnología el magnetoscopio -sistema Camcorder- facilitando aún más la operatividad del equipo básico).

- Un monitor, mediante un iconoscopio o tubo de imagen, decodifica las señales y las reproduce electrónicamente.

Para editar o montar secuencialmente lo grabado, asignándole connotaciones, basta con dos magnetoscopios y una isla de edición simple: un telecomando de conexión entre los dos VTR.

b) La tecnología video en su proceso de posicionamiento en el mercado ha tendido, producto de la competencia innovadora entre las empresas que producen el hardware, a diversificar sus formatos, en función de sus segmentos de demanda.

Es común distinguir tres tipos de formatos en función de la calidad en la resolución de las imágenes y de su uso productivo:

- Profesional (Broadcast-Alta Banda), de uso preferencial en la televisión, puede ser de dos pulgadas, de una pulgada, Betacam y tres cuartos de pulgada en U-Matic SP. Este último formato, en el caso del BVU, alcanza una definición de imagen igual a una pulgada.

- Semi-profesional, de uso preferencial en empresas e instituciones, puede ser de tres cuartos de pulgada U-Matic (low band), S-VHS y HI-8. En América Latina éste es el formato más extendido en las instituciones e incluso es de uso corriente en algunas emisoras televisivas.

- Doméstico, de media pulgada, corresponde al formato VHS y al Betamax hogareño, pero es también usado en producciones educativas y sociales y en realizaciones independientes de jóvenes creadores.

c) Con el equipamiento en video, al igual que con todas las nuevas tecnologías, ocurre una paradójica situación: en la medida que se sofistican en potencia y calidad, que se miniaturizan y se hacen más operativos, su costo tiende a disminuir.

d) Su relativo bajo costo de adquisición y su miniaturización y simplificación operativa hace que los costos de producción sean sustantivamente más bajos en relación al cine y a la industria de la televisión.

Por lo mismo, permite no sólo la producción audiovisual en video afuera de la televisión, sino además la realización profesional de productoras que, sin los costos fijos de una

emisora, pueden competir e insertarse en el mercado de programación televisiva.

e) Las condiciones materiales anteriores dotan a la producción en video de una independencia operativa y creativa singular.

Cualquier organización social o educativa acude al video para producir y reproducir imágenes y sonidos.

Realizadores y profesionales de la comunicación, simplificando al máximo la estructura de producción, compleja y colectiva, heredada de la industria audiovisual del cine y la televisión, pueden gestar una productora.

El artista que busca autoexpresarse acude al video y desarrolla su propia experimentación electrónica a un costo reducido. Este tiene la posibilidad de autoproducir, asumiendo individualmente la cámara, la fotografía, la producción, la dirección y la edición de su obra.

f) El video permite la inmediatez productiva y de visionado. Al registro ágil de la realidad le sucede el inmediato monitoreo y control de calidad de la imagen y el sonido.

g) El video permite una rápida copia en videocassete del programa grabado y editado, facilitando su proceso de circulación.

h) El video permite manejar las condiciones de exhibición al manipularse en directo el magnetoscopio y el monitor que decodifica el cassette.

i) El video permite un fácil almacenamiento de lo registrado en cintas magnéticas. Las videotecas profesionales e institucionales son una "memoria" histórica audiovisual: almacenan los acontecimientos vistos por las cámaras y también las modernas fábulas electrónicas que son los programas.

Sin embargo, las comillas a esta nueva memoria histórica radican en el poco tiempo de vida de las imágenes en el soporte magnético.

El Video como memoria posee un Talón de Aquiles: causas físicas sólo otorgan un promedio de diez años de vida a las cintas domésticas y un poco más a las semiprofesionales y profesionales. "Mientras la tierra siga girando y produciendo energía electromagnética no habrá posibilidad alguna de conservar indefinidamente aquellas señales de audio o de imagen que hayan sido registradas sobre soportes magnéticos". Por lo mismo, es un desafío el buscar modos de almacenamiento y fórmulas de continuidad relativas de los registros, so riesgo de hipotecar el

destino de una parte de la memoria histórica y cultural.²⁰

Retroalimentación y Reiteratividad

La inmediatez, el copiado rápido, el manejo de las condiciones de exhibición y el fácil almacenamiento, dotan de singularidad a la recepción socio-comunicacional del instrumento video cuando es usado como nuevo medio audiovisual. Es decir, cuando se usa con autonomía del cine y la televisión en procesos de micro-comunicación o de comunicación popular, como se ha conceptualizado en nuestros países al acto de producir y recepcionar mensajes en el seno de las organizaciones y movimientos sociales.

Las características antes mencionadas permiten en la emisión un público no cautivo -a diferencia de la emisión televisiva-, dispuesto a la retroalimentación crítica de los mensajes recibidos.

En esos procesos comunicacionales el Video posee una fácil reiteratividad: la reiteración una y otra vez de la emisión del videocassete ante públicos diversos, logrando así un peculiar sello masivo, distinto a la simultaneidad masiva de la televisión.²¹

VIDEO: ¿UN NUEVO MEDIO O SOLO SOPORTE?

Es ex profeso el ánimo esquemático en la interrogante del encabezado.

La tesitura busca dialogar críticamente con aquellos apologistas que ven en el Video a un nuevo medio audiovisual capaz de librar a los pobres de la tierra de los malos espíritus de la odiosa televisión. Y con aquellos que limitan el instrumento a un soporte-juguete tecnológico que extiende la elección de programas, sean películas, series televisivas o sus propias acciones audiovisuales con mirada turística.

También toma distancia de los dogmáticos del Video-Arte -que no son todos los videoartistas-. Quienes asignan al instrumento un rol de distinción y tratan con desdén al cine, la televisión y a otros videastas por no experimentar con los portentos técnicos de la cámara y en especial de la isla de edición; experimentando

²⁰ Revista Red Bolivia, Alfonso Gumucio. La Paz, Bolivia, agosto de 1989.

²¹ "Video y TV: dos instrumentos diferentes", Manuel Calvelo. Libro: "Video, tecnología y comunicación popular" IPAL-Crocevia, 1989.

tanto que terminan en una isla expresiva, negando así la propia comunicación. Para estos el Video no sólo es un nuevo medio, sino que es el único capaz de expresar con sensibilidad de cerebro electrónico y digital. Por lo mismo exigen a todos los que utilizan el video la impronta de un "nuevo lenguaje": su grito de guerra es el olvido de los códigos que provienen del cine y la televisión.

En cambio, nuestra respuesta a la interrogante es más simple y más compleja: se apoya en la certeza de que el video no es unilateralmente ni medio de comunicación ni simple soporte. Sino un hecho tecnológico que puede ser usado a la vez como nuevo medio y como soporte, posibilitando, en uno u otro rol, la multiplicación de espejos y la democratización de la comunicación audiovisual.

Como medio, en su especificidad, al ser utilizado en procesos de comunicación horizontal y participativa en el seno de los sectores populares, y también al ser utilizado en el ámbito de la creación artística potenciando sus nuevos códigos de lenguaje. Como soporte, al portar programas a ser potencialmente emitidos en otros medios o circuitos de distribución.

1) EL VIDEO COMO MEDIO PERMITE INNOVAR LA PROPIA COMUNICACION Y LOS CODIGOS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL.

La pertinencia de la comprensión del Video como medio de comunicación audiovisual, aunque sus principios técnicos son iguales a los de la televisión, se fundamenta en dos razones:

A) Un nuevo medio para una nueva comunicación

Como todo otro medio, el Video posee ciertas especificidades en la producción, recepción e impacto socio-cultural del proceso de comunicación capaz de gestar.

Algunas de las características antes reseñadas corroboran su definición como medio audiovisual en condiciones de contribuir a la innovación conceptual y práctica de la comunicación en nuestro continente. En especial su capacidad para producir imágenes electrónicas afuera de la televisión, con modelos productivos más simples, a menor costo; su capacidad de almacenaje de la producción para luego difundirla vía el recurso de la reiteratividad; su retroalimentación inmediata entre emisores y receptores, son cualidades que le permiten gestar una comunicación audiovisual democrática, horizontal y participativa.

Si bien todo medio, cuando existe voluntad, es técnicamente apto para una comunicación interactiva directa (lo es la Radio, la Prensa, el mismo cine y la televisión), el Video en el Espacio

Audiovisual ofrece aún más aptitudes. De ahí su contribución a reafirmar en la práctica comunicacional de América Latina las concepciones de una comunicación distinta; capaz de establecer una relación horizontal entre receptores y emisores, realizada por los propios actores sociales excluidos de "hablar y mirar" en los circuitos comunicacionales dominantes.

Comunicación participativa

Desde principios de los años 70 algunos comunicólogos conceptualizan sobre el perfil de una Comunicación social realizada en y por sectores sociales organizados y sociológicamente definidos como populares: clase obrera, campesinos, pobladores agrupados en juntas barriales, mujeres reunidas en centros de madres u organizaciones de sobrevivencia familiar, grupos feministas, jóvenes, colegios profesionales o gremios de actividades productivas independientes, etcétera.

Muchos de estos investigadores definieron este proceso como Comunicación Popular. (En el entendido, sin embargo, que desde inicios de siglo, cuando se organizan los primeros movimientos sociales -obreros, círculos de mujeres, estudiantes- existen presiones de esta comunicación. Lo nuevo de los años sesenta fue la extensión de las experiencias, acompañando la organización y toma de conciencia colectiva de estos y otros nuevos movimientos: pobladores urbanos, jóvenes y campesinos; junto a la nueva y elaborada reflexión teórica en la ciencia de la comunicación y en las escuelas universitarias de la disciplina).

Otros autores, en cambio, utilizaron un concepto más amplio: Comunicación Alternativa. Esta se definió a partir de una racionalidad de alternativa global a la comunicación social hegemónica, en el plano internacional y nacional, y heredaba el sustrato teórico del Informe Mac Bride (ver capítulo dos: "Génesis histórica de este nuevo actor").

A nivel nacional, en países como Chile, la Comunicación alternativa se definió en lo fundamental por su signo alternativo a la comunicación autoritaria, vertical y unidiscursiva del régimen militar.

Sobre ese marco conceptual, algunos entendían a la Comunicación Alternativa como más amplia e inclusiva que la Comunicación Popular, reduciendo a esta última a la micro-comunicación gestionada por sectores populares.

Otros, en cambio, optaban por comprender y globalizar una respuesta de clase en la Comunicación Popular, e incluían en su abanico a medios masivos y de alta tecnología, junto a la micro-comunicación, siempre y cuando respondieran a las clases sociales subordinadas. En esta última reflexión, la Comunicación

Alternativa o no se manejaba como concepto o bien se reducía a una peculiar respuesta política a los autoritarismos.

La actual perspectiva del tiempo demuestra que esa ambigüedad y búsqueda conceptual fue fértil. Pues incentivó nuevas formas de comunicación en el seno de los movimientos sociales: boletines de prensa popular, radios populares y después el video como nueva conquista tecnológica para dominar la imagen y el sonido.

El Video al actuar como nuevo medio vino a fortalecer esa tendencia. La confluencia de la llegada del hecho tecnológico junto a necesidades ineludibles de comunicación audiovisual en los sectores populares aceleró el proceso de su incorporación. En efecto, la entrada masiva del equipamiento electrónico video, el adverso marco político autoritario que vivían la mayoría de las sociedades civiles de la región, y ya a principios de los ochenta la certeza sociológica de la relevancia de lo audiovisual en la constitución de identidades, son todos factores que potenciarían a este actor del Espacio audiovisual como un nuevo medio de comunicación.

El carácter de nuevo medio de comunicación audiovisual que adquiere el Video se expresa en nuestros países en el Video-Proceso, o en redes de producción y emisión locales. Su uso como Pedagogía Audiovisual masiva, su uso en comunidades indígenas, su uso como memoria audiovisual de las luchas y conflictos de movimientos sociales, su uso en el desarrollo de la creatividad de sujetos nunca antes gestores de mensajes audiovisuales, quienes en interacción con comunicadores profesionales e incluso en total autonomía se entretienen y se autoentretienen haciendo Video, son todas las expresiones del Video-Proceso.

En suma: el carácter de nuevo medio de comunicación audiovisual del Video se relaciona con la especificidad de uno de sus usos: como Video-Proceso, acompañando dinámicas socio-históricas concretas de los movimientos sociales y sectores populares.

b) El otro lenguaje del nuevo medio

Antes destacamos cómo el video dotó a la televisión de una peculiar programación: el supermontaje de la narrativa programática integra a la ficción con el documental. Sin embargo, esa innovación es sólo la posibilidad de síntesis de lenguajes o géneros antes existentes en el cine y la televisión.

Por lo que, en rigor, el otro rasgo específico que da un carácter de nuevo medio al Video, en tanto innovador del lenguaje audiovisual, se debe reconocer en la liberación de las imágenes de sus referentes en la realidad.

"Con la implantación de los sistemas de grabación video

(helicoidal) y las facilidades de la edición electrónica, durante los últimos quince años, hemos asistido a una continua consecución de nuevos descubrimientos en el campo de la imagen audiovisual electrónica. Actuaciones sobre los parámetros técnicos de la imagen en su captación, actuaciones de posproducción, modificaciones del tiempo de percepción (ralentizaciones, congelados, etcétera), imágenes digitalizadas en movimiento bi y tridimensionales (desplazamientos en los ejes X, Y, Z, hasta llegar a recrear no sólo la realidad, sino también la posibilidad de ofrecer imágenes de realidades hasta ahora inasequibles (cámaras ultrasensibles) e incluso imágenes sin referente en la realidad (infográficas) producto tan sólo de la imaginación y del desarrollo de fórmulas matemáticas (descomposición en primitivas y fractales), pero sin referentes en la realidad...".²²

Tan profunda es esta innovación en el terreno del lenguaje que "hoy en la producción de imágenes electrónicas (televisión o video) tenemos que diferenciar a las IMAGENES ANALOGICAS (tratadas o no digitalmente), que son aquellas habitualmente captadas por las cámaras y que, en consecuencia, poseen un referente en la realidad, de las IMAGENES DIGITALES, que son fenómenos virtuales, que no existen, que no tienen referente en la realidad, sino una mera traza inicial; sólo existen en el mundo de lo posible, en la memoria del ordenador. No hay referente, sino algoritmo y programa de ordenador".²³

Estas posibilidades que ofrece el lenguaje del nuevo medio - aunque ahora compartidas con el Cine y la Televisión- son las que impulsan a algunos creadores a experimentar con el hecho tecnológico en sí, generando el área de producción y género llamado Video-Arte o Experimental, aclaramos que ambos adjetivos son usados sólo por la necesidad de definir, pero no significa que en otras áreas de producción ni géneros en Video no esté presente el arte ni el experimento, así como tampoco significa que cualquier experimentación con el hecho tecnológico en sí sea arte).

2) EL VIDEO COMO SOPORTE PERMITE INNOVAR LOS CIRCUITOS INDUSTRIALES DEL EAL

De manera complementaria a las características innovadoras del Video como medio, en una concepción global de la comunicación hay que considerar su relevancia en su rol de soporte de programas

²² idem nota 6

²³ idem

(software audiovisual) también innovadores en el monótono paisaje creativo de las industrias culturales de nuestros países.

Cuando el video es usado como hecho tecnológico para crear programas audiovisuales que serán emitidos en televisión (UHF, VHF, TV-Cable), distribuidos en video clubes, o en otros circuitos cerrados o abiertos, es soporte.

Y cuando quienes hacen esos videos recuperan creativamente la identidad cultural de latinoamérica, informan sobre la base de una rigurosa búsqueda documental, transitan por temáticas olvidadas por la caja mágica vana y comercial, intentan explorar nuevos lenguajes, etcétera, todo en forma independiente -aunque no marginal- a las industrias de la comunicación audiovisual, el Video es un soporte con una importante capacidad de innovación en el reino de las imágenes nuestras de cada día y en las imágenes que al mundo proyectamos.

De hecho, la eclosión creativa -más allá de los cortos publicitarios- de productoras y realizadores independientes que producen contenidos comunicativos, es un antecedente nuevo en el Espacio Audiovisual latinoamericano. Sus expresiones se ven en festivales de cine, televisión y Video de la región, en muestras nacionales, y, en algunos casos, comienzan a ingresar en la emisoras televisivas.

La TV en América Latina

Al respecto es necesaria una breve mirada a la historia de la televisión en América Latina.

En la mayoría de los países de la región surge en los años 50 y 60: Brasil, México y Cuba en 1950; Argentina en 1951; Venezuela y República Dominicana en 1952; Colombia en 1954; Uruguay, El Salvador, Guatemala y Nicaragua en 1956; Perú en 1958; Ecuador, Chile, Honduras, Panamá y Haití en 1959; Costa Rica en 1960; Trinidad y Tobago en 1962; Jamaica en 1963; Barbados en 1964; Paraguay y Antigua-Barbado en 1965; ST Lucía en 1967; Surinam en 1968 y Bolivia en 1969.

Hasta la década de los ochenta los modelos de propiedad y gestión de las televisoras latinoamericanas fueron disímiles. En general se han basado en diversas combinaciones del modelo de mercado de origen estadounidense y del modelo de Servicio Público europeo, aunque casi siempre combinados en forma híbrida. Un estudio realizado por el Instituto para América Latina (IPAL), hasta 1986 reconoció a lo menos seis modalidades de propiedad y gestión:

- a) propiedad mixta con predominio estatal: Perú 1969-1980;
- b) propiedad universitaria coexistente con un canal estatal:

Bolivia hasta 1986 y Chile hasta 1990;

-c) propiedad estatal de los canales y producción privada de los programas a cargo de concesionarios: Colombia hasta 1986;

-d) propiedad estatal, aunque controlada por la sociedad civil, y producción privada de los programas: Colombia desde 1986;

-e) propiedad privada hegemónica coexistiendo con canales estatales: Venezuela y Perú antes de 1969 y después de 1980;

-f) saturación de canales privados coexistiendo con canales universitarios y estatales: Bolivia desde 1984;

-g) propiedad exclusivamente privada: Ecuador.

En 1988 la cuantificación de la propiedad televisiva en la región alcanzaba a las 520 emisoras: 445 privadas (85.5%), 43 de Iglesias y universidades (8.3%) y 32 del Estado (5.2%).

Pese a esta variedad, lo normal ha sido el predominio del financiamiento comercial y publicitario de la actividad, la debilidad (en comparación con Europa) de las televisiones públicas y el apoyo estatal directo o indirecto a las grandes empresas que concentraron en su interior la esfera de la producción de programas y la esfera de la emisión.

Se ha tratado de un monopolio de los equipos de emisión y de los equipos tecnológicos aptos para la producción del software audiovisual. Monopolio global, aunque en un sentido relativo ha sido competitivo mediante el funcionamiento en el mercado de un oligopolio diferenciado: pocas empresas por país que compiten entre sí en la calidad de la programación y en la captación de la publicidad. Casi siempre, sin embargo, el oligopolio se diferenció sólo por su singularidad básica -pocas empresas- pero careció de una diferenciación de productos. Es decir, la calidad de los programas respondía a los mismos criterios de selección y emisión.

El monopolio en la emisión descansaba -y se legitimaba desde el punto de vista técnico- en la disponibilidad sólo de la banda abierta VHF para transmitir por ondas hertzianas, cuya óptima transmisión exige no más de media docena de canales en una determinada área geográfica.

Mientras el monopolio en la producción se apoyaba en sus altos costos y en las dificultades operativas (VTR de gran tamaño) que impedían a actores creativos ajenos a las empresas monopólicas el acceso a equipos de realización de programas. "Al ocupar esta posición monopólica en el sistema de televisión, las empresas dominantes quedaron en condiciones de regular el aprovechamiento de las nuevas tecnologías incorporadas en cada país y, sobre todo, las condiciones de acceso para los diversos creadores y emisores potenciales".²⁴

²⁴ "La dificultad de innovar", Diego Portales, ILET, Chile,

En ese marco entonces el rol de los Estados consistió en apoyar a estas empresas, en forma directa vía franquicias para la importación de hardware y en forma indirecta al invertir en el sector de las telecomunicación. "El Estado, por ejemplo, instala las redes nacionales de microondas...el Estado instala las estaciones terrenas receptoras y transmisoras de la señal a los satélites: Balcarce en Argentina, Longovilo en Chile, Tulancingo en México...el Estado arrienda horas de transmisión del satélite Intelsat...".²⁵

El cambio de los noventa: Nuevas emisoras y nuevos productores

Pero las circunstancias históricas y tecnológicas que "justificaron" esas estructuras han cambiado. Su mantención hoy constituye un anacronismo que perjudica la inserción económica productiva de profesionales y técnicos independientes, e impide mejorar uno de los complejos culturales más importantes en el funcionamiento social.

Como hemos escrito antes, hasta la incorporación del video la tecnología usada en la TV sólo permitía la transmisión en directo y la emisión de la película cinematográfica previa conversión a señal electrónica. Tales eran los límites de la programación.

El video alteró esa condicionante tecnológica. Con su extensión en el mercado y la miniaturización del equipamiento profesional, el video permitió cambiar la relación entre hardware y software audiovisual. Técnicamente hizo posible la ruptura de la concentración en las industrias televisivas del proceso de producción y del proceso de emisión de programas. En otras palabras, permitió diferenciar la esfera de la emisión de la esfera de producción.

Estas y otras transformaciones acaecidas en el sector han revolucionado la esfera de la emisión y la esfera de la producción al potenciar las redes de equipos técnicos disponibles en varios sentidos. "Los cambios técnicos de las últimas décadas permiten modificar con cierta facilidad esas estructuras industriales, pero a ello se oponen los intereses creados. La apertura de la banda UHF, TV-cable, los satélites de transmisión directa y la combinación de estos sistemas, han terminado con el problema de la aguda escasez de frecuencias (el problema ahora tiende a ser el exceso de frecuencias disponibles). El desarrollo de nuevas tecnologías de grabación audiovisual (video), la reducción del

1987.

²⁵ idem

tamaño de los equipos profesionales y de su costo, abren posibilidades inexploradas en materia de descentralización productiva".²⁶

En México, en Chile, en Brasil, en Argentina, en Colombia, en Venezuela, en Perú, la apertura de la banda UHF ha permitido el ingreso a la esfera de la emisión a nuevos empresarios, e incluso la participación en la industria cultural audiovisual de sectores ayer impensados. Es el caso de los proyectos en Sao Paulo, Brasil, de una Televisión de Trabajadores (TVT), que gestionada por organizaciones sociales podrá emitir en esa banda; el canal comunitario de la populosa Villa Salvador en Lima, Perú; y la emisora ecológica y educativa de Canelo-Proceso TV en Chile.

En la zona alta del Cuzco, Perú (Sicani cerca de Puno) hay una experiencia modelo: el sacerdote Miguel Bonner dirige un canal municipal VHF, gestionado por comunidades étnicas de la región, que emite y produce -por razones de costo- en el formato VHS de la tecnología video.

En Colombia, México, Argentina, Brasil, Venezuela surgen ya sea en banda VHF, UHF o por cable, las emisoras televisivas regionales.

Más allá del valor de la pluralidad social e ideológica de las nuevas emisoras, sus directivos han indicado que alimentarán su programación sobre la base de la compra de productoras independientes de sus países, más la compra de enlatados extranjeros.

En general, éstas no asumirán la producción de software, pues la relación costo-producto por realizar un programa nacional es más baja y ejecutiva en la empresas independientes que en los canales. Asimismo algunas han anunciado su interés en programaciones por géneros orientados a segmentos de la teleaudiencia.

Sin duda, estas posibilidades técnicas renuevan la industria televisiva y el Espacio Audiovisual regional.

Es obvio que no se trata de idealizar este nuevo escenario como un paraíso democrático en la comunicación audiovisual, sino diagnosticar su creciente complejidad y su paradójico potencial. Por un lado, la posibilidad de un nuevo orden más democrático en la comunicación audiovisual; orden que nace de la articulación de las energías creativas de la sociedad civil y política democrática con la complejización tecnológica. Por otro, usando esta misma complejización tecnológica el poder económico y político dominante puede monopolizar y transnacionalizar más aún el vertical control

²⁶ "Nuevos empresarios para otra televisión", Diego Portales. Revista Nueva Sociedad, 95, Caracas, Venezuela, 1988.

comunicativo industrial.

Las Productoras Independientes y los obstáculos a la descentralización productiva

Ya hemos escrito que las nuevas tecnologías de grabación en video permiten separar la esfera de la emisión de la esfera de la producción. El ejemplo modelo al respecto es lo acaecido en la producción de cortos publicitarios: la eclosión y creatividad desarrollada en el sector tiene que ver con la multiplicación de productoras equipadas con video grabación y video edición, que intermediadas por las agencias de publicidad alimentan a la programación publicitaria televisiva.

Aunque no ha ocurrido lo mismo en la programación propiamente tal, es hoy común la existencia de productoras que, en una relación cautiva con un determinado medio, realizan y venden cierto tipo de programas. O en otros casos, algunos canales compran a productoras independientes programas unitarios o series documentales.

Si bien la infraestructura tecnológica disponible y los recursos humanos que participan de estas nuevas productoras independientes son un emergente dato de la realidad audiovisual latinoamericana, se presentan algunos obstáculos que impiden avanzar en la inserción de estas productoras y profesionales en los circuitos masivos de distribución audiovisual.

Un obstáculo es la actitud de las grandes empresas, aún concentradoras de ambas esferas y que ya posicionadas en el mercado de la emisión, suelen no innovar en su programación, salvo al ser obligadas por una emisora competitiva.

Un segundo obstáculo es una simple razón de mercado. Producir en la región cuesta diez veces más que importar. En Costa Rica, por ejemplo, producir un programa de media hora dramática tiene un valor de US\$3.000, en cambio importar un programa del mismo género cuesta US\$210. Los oligopolios audiovisuales del norte -y algunos del sur- dominan el mercado de la exportación de programas y al diversificar sus ventas pueden recuperar con ganancia los costos de inversión, impidiendo una libre competencia equilibrada. Este hecho determina que muchas emisoras de la región produzcan lo mínimo, no compren a productoras del país y se alimenten especialmente de programas enlatados en los mercados anuales de Estados Unidos. Esta condicionante del mercado no sólo perjudica la producción nacional independiente, sino que a la vez empobrece la identidad cultural en el medio televisivo y standariza la programación.

Un tercer obstáculo es la desconfianza recíproca que sobrellevan las grandes empresas y las productoras independientes,

impidiendo fórmulas de intercambio productivo y comercial. "Una razón de la poca inserción de la producción independiente (a pesar que la tecnología lo permite) en las emisoras televisivas es la mutua desconfianza (ideológica) que proviene de la época del Nuevo Cine Latinoamericano".²⁷

Otros obstáculos son la ausencia de políticas reguladoras en cuya génesis participen los distintos actores del Espacio Audiovisual, las propias debilidades técnicas, profesionales y conceptuales del movimiento de video latinoamericano y la ausencia de una racionalidad productiva y ejecutiva entre las productoras profesionales independientes.

Por ahora, en este reconocimiento acerca del innovador y relevante rol que puede jugar el Video en el EAL, en tanto soporte de nuevos contenidos comunicativos (Software), es significativo descartar otras realidades auspiciosas.

Videos en el Espacio Aéreo

Junto a la extensión de emisoras en bando UHF, que demandarán en forma objetiva programas a productoras de la región, vienen ocurriendo otros hechos y tendencias en el Espacio Audiovisual que potencian aún más el innovador rol del Video como soporte de programas.

Uno es la favorable acogida de algunas emisoras a las realizaciones de las productoras de Video.

Son los casos, entre otros, de la televisión regional de Tlaxcala, México; canal 5 de Ecuador; canal 11 de Santa Cruz y canal 13 de La Paz, Bolivia; Telerebelde en Cuba; canal 10 y canal 5 de Uruguay; canal 7, 4, 9 y 11 de Chile; canal 7 y canal 9 de televisión Peruana; en la red ATB de Bolivia y canal 4 de Cochabamba, destaca la emisión de la hermosa experiencia de "Tarpuy": un programa-serie realizado en lengua Quechua y por la cultura Quechua, que tiene una audiencia de 110.000 personas y un público potencial de 2.500.000 habitantes del llano y de la sierra del país altiplánico.

Lo anterior ni con mucho es suficiente y menos constituye, para la mayoría de las productoras profesionales de programas no publicitarios y con contenidos innovadores, una mínima inserción rentable en el mercado de la programación audiovisual; pero sí un camino que viabiliza el uso de los espacios masivos de distribución.

²⁷ "A imagen nas maos", Luis F. Santoro. Summus editorial, Sao Paulo-Brasil, 1989.

El imaginario audiovisual como gestor de identidad cultural

Coincidiendo con la tendencia a una ampliación de la demanda en el mercado de la programación, en el EAL hoy se asiste a una reivindicación socio-cultural del imaginario audiovisual como constructor de identidad.

Mucho se ha escrito y reflexionado sobre la transculturización implícita en los sistemas televisivos de la región.

La supremacía de enlatados extranjeros en la programación, en especial norteamericanos, ha sido la norma hasta la década de los ochenta. Del tiempo total de emisión televisiva en América Latina el 52% era importado: un 77% de este porcentaje correspondía a Estados Unidos, un 12% a material intraregional y un 4% a Europa Occidental. Este hecho ha significado una singular paradoja cultural: el principal vehículo de contenidos audiovisuales ha tendido a reproducir mensajes con poca presencia de la geografía y de la cotidianidad de los habitantes de América Latina.

Esta situación en la gran industria televisiva, sin embargo, había comenzado a revertirse ya desde los años setenta al crecer algunas emisoras con capacidad de maximizar el uso de las nuevas tecnologías de producción y emisión.

Estas industrias, acicateadas por la demanda interna y por las posibilidades de inserción en el mercado exterior, tanto regional como extracontinental, empezaron a consolidar una producción propia. Empresas emisoras de México, Venezuela, Brasil, Chile, Perú y Argentina -los seis países que más producen en la región- entre 1972 y 1986 disminuyeron sus importaciones de programas en un 29 por ciento, y exportando reemplazaron en parte a Estados Unidos en el comercio audiovisual latinoamericano.

Más aún, en los últimos años las dos mayores empresas del sector privado, O'Globo de Brasil y Televisa de México, no sólo compiten en América Latina con la programación proveniente de los países centrales, sino además exportan hacia los mismos. "Esta competencia comprenderá todas las modalidades de transmisión: enlatadas, diferidas, transmisión directa. Los empresarios latinoamericanos se fortalecen y los públicos prefieren cada vez más los productos regionales".²⁸

En especial las teleseries se convirtieron en el producto televisivo singular de la región, el de más alto rating y exportable a televisoras europeas. Con independencia de cualquier consideración sobre la desigual calidad técnica y connotaciones ideológicas de estos exitosos contenidos comunicativos, es un

²⁸ Revista Corto circuito, 5, París-Francia, 1988, Max Tello.

hecho que para la percepción colectiva mayoritaria expresan ciertos ritmos vitales de la identidad popular y cultural latinoamericana. Tanto que su masividad en los ochenta es mayor - por las características del medio- a lo que fue en los años cuarenta y cincuenta el cine del drama y del bolero.

Esta favorable acogida a programas con un sello cultural de inequívoca raigambre en la cotidianidad de nuestros pueblos, resume la realidad de una tendencia de fácil reconocimiento estadístico: los tele-espectadores prefieren ver en la pantalla de su televisor producciones nacionales o regionales, siempre y cuando estén bien realizadas.

Sobre la base de esa constatación cultural se puede afirmar que la creciente diversidad de canales de emisión y el aumento de potenciales productores, también ahora posibilita las condiciones objetivas para, si no superar, al menos atenuar la supremacía de la transculturización en la esfera del imaginario audiovisual.

Es obvio, sin embargo, que no se trata de asignar acríticamente a cualquier producción realizada por latinoamericanos el rótulo de un programa superior. Pues, son muchos los unitarios o series producidos por las emisoras dominantes en la industria televisiva regional que no hacen otra cosa que reproducir estereotipos de programación provenientes del exterior.

Más bien la posibilidad es innovar y diversificar la oferta de programas en aras de superar la estandarización creativa.

En algunos países de la región las legislaciones exigen un determinado porcentaje de programación nacional en las emisoras televisivas: Perú un 60%, Venezuela y Colombia un 50%, Ecuador y Bolivia un 30%. En general estas cifras no se cumplen, o bien cuando se intenta respetarlas se hace vía el camino de cuantificar como producción local los informativos, programas deportivos, musicales y misceláneos con un escaso valor agregado de inversión productiva y profesional nacional. Por lo mismo, adquiere mayor relevancia la necesidad de acceder a los circuitos masivos de distribución de productos audiovisuales.

Nuevos marcos legales, con origen en los procesos de recuperación democrática, tienden a fortalecer la diversidad y descentralización tanto en la esfera de la emisión como de la producción audiovisual.

En Brasil, por ejemplo, la constitución de 1988 explicita que la programación de las nuevas emisoras televisivas deben promover la regionalización de la producción cultural y estimular la producción independiente. Es importante destacar que en el momento de fundamentar en el Poder Legislativo esta democratización de los medios audiovisuales, no fueron ajenos actores del Espacio Audiovisual brasilero ligados al Video.

De igual modo, en la transición democrática chilena abierta en 1990 uno de los ejes polémicos respecto a una nueva ley de televisión, que reemplace a la heredada del gobierno autoritario, es precisamente la descentralización regional y cultural hoy favorecida por las nuevas emisoras UHF. Otro eje de discusión es la inserción de las productoras independientes de video que nacieron como alternativa comunicacional al unilateral control de la industria audiovisual ejercido por el régimen de facto.

Sin necesariamente con un marco legal que le incentive, en Colombia surgieron en los dos últimos años tres canales regionales en frecuencia UHF con el objetivo de producir una televisión regional, cultural y descentralizada.

Una voluntad política distinta es también hoy común a los gobiernos democráticos. Una muestra es que en la reunión de Ministros de Cultura de América Latina y el Caribe, en Argentina, en enero de 1990, se promovió la creación de un canal de televisión regional. De inmediato el proyecto obtuvo el decidido respaldo en Argentina, Brasil, Cuba, Venezuela y México. Y en la reunión de los Presidentes del Grupo de Río de Janeiro, así como en la III reunión de Ministros de Cultura en México, en 1991, se decidió propiciar la creación de un mercado común de bienes y servicios culturales, además de crear un fondo latinoamericano para el desarrollo de la cultura y la adopción de legislaciones que incentiven a las empresas que contribuyan a la creación cultural endógena.

La cineasta argentina María Luisa Bemberg ha expresado esta nueva actitud, en tiempos de ruptura histórica y social con la uniformidad: "Sin lugar a dudas, el cine (la televisión y el video, agregamos nosotros) configura un instrumento de difusión formidable. Al acercar espacios y costumbres, juega con los laberintos del tiempo y la aspereza de las desigualdades, permitiendo que los pueblos opuestos se conozcan e identifiquen en un mismo territorio de la fantasía. Y este mensaje de humanidad palpitante, es llevado, en escala popular, hasta los rincones más distantes del planeta, como nunca antes ocurriera. Pero precisamente por estrechamiento de las distancias, por esta transmisión planetaria de imágenes de vida e invención, las naciones y los individuos huyen del acecho de la uniformización y quieren ser conocidos por sus rasgos únicos y característicos. Los pueblos buscan entonces definirse por su idiosincracia y las personas por su identidad. Pero, ¿qué es la identidad? Algún diccionario la define como la filiación, el conjunto de circunstancias que rodean a una persona. En lo que estamos y lo que nos envuelve, para tomar en préstamo las palabras de Ortega y

Gasset".²⁹

Sobre la base de esta reflexión acerca de la identidad -de los pueblos y de los sujetos- y su real y paradójica necesidad en el tiempo de la "Aldea Global", parafraseando a Marshal Mc Luhan, surge nítidamente el significado cultural del aumento en cantidad y calidad de imágenes propias.

El valor cultural del imaginario audiovisual como gestor de identidad, no significa obviamente un absurdo e imposible aislamiento ante los ecos estéticos y miradas provenientes de un mundo interrelacionado, ni tampoco la realización de contenidos comunicativos que linden con un abstracto concepto de cultura, que por su nexa con el lejano y anacrónico limbo de las bellas artes para la cotidianidad de las mayorías resulta aburrido.

Por el contrario, una efectiva impronta cultural se expresa sólo si las obras tienen un vital contacto con la realidad cotidiana -sueños, fantasías, miedos y delirios incluidos- de los emisores-receptores. De esa forma adquieren universalidad y, lo más importante, asignan y reasignan sentidos a la pluralidad de identidades presentes en la sociedad. Para lograrlo es ineludible abrir las cámaras a lenguajes ya universales y a una permanente búsqueda creativa.

Democratización de los contenidos, Productoras Independientes e innovación programática

El rol democratizador del instrumento video, en forma cuantitativa se resume en la participación del mismo en festivales de cine, televisión y Video de la región.

En el Festival de La Habana, que en 1986 abrió sus puertas al Video, su presencia en cuatro años se ha duplicado: en 1986 se visionaron 140 programas y en 1990 participaron en competencia 270 videos entre documentales, ficciones y video-experimental. Igual ocurre en el Festival de Bogotá, donde en 1989 participaron más de un centenar de trabajos, sin contar las producciones en video realizadas explícitamente para la televisión, y que como tales concursaron en esa categoría. Mientras que para 1991 el Festival de Cine de Viña del Mar acogió una selección del video chileno y latinoamericano de los dos últimos años cercana a las 14 horas.

En cuanto a la calidad de este proceso democratizador, un dato de interés es el que ha sistematizado el investigador y realizador, Octavio Getino: en el Festival Internacional de La Habana, en 1987, sólo el 3 por ciento de los films y el 8 por

²⁹ Revista Festival Latino, Nueva York-Estados Unidos, 1989, María Luisa Bemberg.

ciento de los programas de televisión presentados fueron dirigidos por mujeres, en cambio el 25 por ciento de los Videos reflejaban la mirada y dirección del universo femenino.

En estos festivales y muestras internacionales es el Video el medio y soporte que emite las dinámicas de autocapacitación de étnias o sectores sociales hasta ayer ignorados en el imaginario audiovisual. O emite el registro periodístico (en su perfil documental alternativos a las informaciones dominantes) de hechos políticos o movilizaciones sociales que muestran la historia más cercana de nuestros pueblos: el conflicto centroamericano, la casi guerra civil peruana, el ritmo real de la droga en estos países, las movilizaciones anti-regímenes militares, etcétera. E incluso en distintos circuitos culturales se emiten las performances de plásticos, actores o de cultores de la danza, y se digitaliza o se superpone el lenguaje audiovisual a sugerentes obras literarias de creadores de la región.

Este proceso democratizador audiovisula y de recuperación de la identidad de América Latina mediante el Video, tiene aspectos aún más atractivos.

En Chile, sólo el grupo Nueva Imagen (ex Teleanálisis, activo partícipe de la eclosión del Video latinoamericano) aportó con cerca del 25% de las imágenes que como publicidad política fueron emitidas por televisión e impactaron con el slogan "La Alegría Ya Viene" la conciencia de doce millones de chilenos, luego de 15 años de autoritarismo militar y de ruido en las pantallas. Este mismo grupo productor ha venido desarrollando una veta de video clips con rockeros jóvenes de la generación de los hijos de la dictadura, de indudable calidad y emitidos en la televisión comercial europea y latinoamericana.

También en Chile hay experiencias en el género documental ecológico de interés especial: "La Tierra en que Vivimos" y "Al Sur del Mundo". O bien una creciente programación innovadora que proviene de productoras independientes del video.

En Brasil, está la experiencia de TV Viva, capaz de llevar el espectáculo audiovisual a calles y barrios de Pernambuco, Recife, con un desenfado creativo que atrae a sus emisione públicas a una masividad competitiva con la propia televisión.

En 1989 un Video uruguayo (realizado por la productora CEMA), "La BCG no engorda", obtuvo premios en el festival de La Habana y en Bogotá, por articular un lenguaje audiovisual innovador con un irreverente registro de una murga (antimurga) del tradicional y popular carnaval uruguayo.

Destacamos estos ejemplos por ser paradigmas de las posibilidades de acceso a los circuitos de la industria cultural de la región. Pues, así como es cierto que todas las expresiones de Video-Proceso (TV Viva de hecho lo es) contribuyen desde su

ámbito a una plural promoción de identidad (además de no tener cerrados por definición los espacios masivos), es otro desafío de igual interés insertarse, en forma innovadora, en el actual proceso de multiplicación de emisoras y de demanda de programas.

En la industria televisiva es un hecho que las nuevas emisoras demandan y demandarán horas de programación; programación que, para posicionarse con éxito en un mercado competitivo, debe caracterizarse por una identidad diferenciada en forma nítida y singular en relación a los canales ya existentes. Y estas empresas, incapaces o no interesadas en autocubrir la esfera de la producción -por no ser rentable- requieren comprar ese software que las singularice en la programación. Es ese un mercado posible y abierto para las productoras profesionales de video.

En definitiva en este proceso de transformaciones del EAL, son los productores independientes del Video latinoamericano quienes, por capacidad profesional e infraestructura tecnológica disponible, están en mejores condiciones de contribuir con un software audiovisual renovador y con una clara vocación democrática en la promoción de identidades culturales.

Es entonces en el terreno de la industria cultural audiovisual donde el video como soporte de programas podría actuar con un perfil innovador en los ámbitos de distribución masivos del EAL.

Una nueva racionalidad ejecutiva: el rol de los productores en la industria cultural

Semejante desafío no sólo implica acceder a un sistema industrial históricamente cerrado, por razones ideológicas y estructurales, sino también que los productores de Video-producto se autoexijan una racionalidad empresarial y ejecutiva. Es decir, asuman producir para el mercado audiovisual, con calidad técnica y artística superior a la actual programación televisiva.

En este sentido es importante relevar la figura del Productor-Cultural. Este debe ser capaz de multiplicar sus esfuerzos creativos en función de los contenidos demandados por la industria, del mismo modo que extiende en forma planificada sus nexos con agentes de financiación, emisoras y distribuidoras de productos audiovisuales.

La reflexión anterior no es ajena a la tensión inevitable entre esa racionalidad ejecutiva y empresarial y las autoexigencias expresivas e independencia creativa de los productores. Ni tampoco a la tensión entre un medio como la televisión, sujeto siempre a la standarización, a emitir lo ya probado, y las productoras independientes que son innovadoras por necesidad creativa y nexos con la vida real.

Son conocidos los límites conceptuales que muchas veces imponen el mercado y la industria cultural. Pero otra vez la extensión de los canales de emisión y, en especial, la capacidad de los realizadores para producir sin dejar de privilegiar una conciente contribución democrática y liberadora de la luz al software audiovisual regional, es una garantía de inserción innovadora en los canales masivos del EAL.

A favor juega la tendencia de los años noventa a desdemonizar la actividad empresarial. Esta nueva actitud revaloriza en democracia el despliegue de energías creativas, de capacidad para emprender proyectos y racionalizar la administración de los recursos, propia de la actividad empresarial.

"La creación cultural es siempre actividad innovadora, significa crear algo nuevo, emprender...llevada la cultura a las dimensiones de industria, no basta con la creatividad del artista, es imprescindible agregar la dimensión empresarial, en su significado de administración de recursos".³⁰

La industria cultural es una empresa comercial que se orienta a la producción y distribución de contenidos comunicativos. Como tal juega un rol integrador de dos fuerzas: actores creativos y actores industriales o comerciales.

Como empresa mediadora entre los actores creativos y el público consumidor, en un esquema-tipo se distinguen cinco fases:

- a) Creativa (en su variante de creación o de adaptación de una obra pre-existente);
- b) la fase de producción (previo filtro formal y de contenidos para su distribución industrial);
- c) Promoción (esta fase no presenta una continuidad en relación a las otras, pues es básica en todo el proceso);
- d) Distribución mayorista y minorista;
- e) consumo.³¹

Algunas productoras independientes comienzan a transitar por un camino de inserción en estos circuitos industriales. Es obvio que ellas no son empresas integradoras de todas las fases del esquema-tipo reseñado.

Como productoras de software, en el proceso global de las industrias culturales participarían de la fase a y b. Ya que la

³⁰ idem nota 20

³¹ "Por una visión sistémica de la producción cultural", Luciano Alvarez. Ponencia presentada a seminario: Industrias culturales, Montevideo-Uruguay, 1989.

distribución y la promoción, por ejemplo, se insertarían en circuitos industriales mayores. Es este también un esquema-tipo sobre la inserción de las productoras en la industria audiovisual; por lo mismo, en la realidad hay lugar para diversas combinaciones.

Sin embargo, lo anterior no significa que en cada productora independiente no se concentren todas las fases de una industria cultural. Por el contrario, éstas se presentan adaptadas a los requerimientos específicos de la empresa. So riesgo de no insertarse en circuitos industriales, aunque sea a pequeña escala, una productora debe poseer creatividad, un capacitado equipo de producción, y gestores de políticas de distribución comercial, de difusión social y de promoción.

En ese marco conceptual y de objetivos entra a actuar la figura del productor cultural. Antes de especificar el sentido de este rol, es necesario comentar algunos lugares comunes sobre el tema.

Se suele confrontar al actor creativo con el actor ejecutivo. La tensión propia de una obra individual-colectiva, es caricaturizada como confrontación entre el creador audiovisual versus el gestor de los recursos técnicos, financieros y humanos. Esta polaridad proviene de la asignación del rol de actor financiante e inversor al segundo y de unilateral creador al primero.

Tal creencia se distancia con mucho de la realidad de las industrias culturales. En ellas no siempre ni necesariamente el productor actúa como agente financiero, sino que es el administrador de la globalidad de los recursos, gestor de estrategias productivas y de políticas de promoción, es decir del supermontaje de la narrativa programática.

Esta común comprensión es resultado del olvido del carácter colectivo que tiene la realización de obras audiovisuales, en especial en las industrias culturales. Obra colectiva gestada por la interacción de capacidades individuales; aunque, como en cualquier actividad humana, en su producción surgen liderazgos creativos y organizacionales. De ahí la imagen de familia productiva que usó en el nuevo cine alemán un director-productor como Reiner W. Fassbinder para su productora Tango Films. Dirección audiovisual, producción ejecutiva o producción general, jefe de producción en el rodaje, guionista, edición, fotografía, y otros cargos técnicos, suelen confluír en cualquier obra audiovisual profesional.

Sobre esa base de comprensión, el rol del productor cultural en las productoras independientes del Video latinoamericano aparece como una necesaria figura diferenciada o bien como rol a ser cubierto por equipos de trabajo.

Esta figura individual o colectiva debe concentrar una serie de cualidades. Primero, ser un promotor de la creación, en dos sentidos: de estrategias programáticas u orientaciones productivas de largo plazo y con capacidad para gestar y promover una idea creativa, un título, y a partir de ahí recurrir a los equipos respectivos. Segundo, un administrador u optimizador de la organización de los recursos técnicos y humanos en todas las fases de la producción. Tercero, un relacionador público y comercial, con el objeto de promover una inserción masiva de la producción y ser garantía de eficiencia productiva ante inversores o empresas compradoras.³²

(La figura del productor cultural ejecutivo que hemos delineado y que en el hecho viene conformándose en muchas productoras independientes orientadas al Video-Producto, posee una racionalidad de inserción en las industrias culturales. No obstante, adecuada a los espacios creativos y de difusión propios del Video-Proceso, es también una figura necesaria).

Capítulo cuatro:

EL VIDEO LATINOAMERICANO Y EL ESPACIO AUDIOVISUAL MUNDIAL

UNA MIRADA LATINA

El Video latinoamericano en su doble carácter comunicacional -como medio y como soporte- está en condiciones de insertarse en la circulación internacional de programas y, de esa forma, en condiciones de universalizar la identidad de nuestras sociedades.

Las actuales características del Espacio Audiovisual mundial: las nuevas tecnologías y el aumento de los canales de emisión; la multiplicación de la demanda de programas; el surgimiento de emisoras y redes singularizadas en la programación; la tendencia a privatizar la emisión y producción audiovisual -aunque coincidente con una demanda política democrática que busca regular el sistema-; la supremacía en la transmisión cultural del imaginario audiovisual; y la demanda de los receptores por nuevos contenidos comunicativos, tienden a favorecer la divulgación y la comercialización de programas realizados por las instituciones y productoras independientes de Video.

El resultado de la histórica incapacidad de América Latina para producir contenidos comunicativos audiovisuales, fue la

³² idem

escasa presencia de su identidad en el espacio internacional. Como en otras esferas del intercambio humano, el comercio y la difusión cultural de símbolos icónicos y sonidos han implicado una relación desigual entre América Latina y los países centrales.

La presencia audiovisual de la región en circuitos del exterior hasta la década de los ochenta era prácticamente inexistente.

Más allá del carácter de novedad cultural y política que en los años setenta tuvo el nuevo cine latinoamericano, no hubo contenidos comunicativos audiovisuales en las salas de cine o en la televisión del exterior. Incluso la atracción del nuevo cine se caracterizó por un sino coyuntural y político, asociado a la sensibilidad progresiva y radical de la época y a sus favorables ecos críticos en la intelectualidad norteamericana y europea. Esto permitió su difusión en universidades y en salas de cine-experimental, atraídos por la veta de compromiso social de sus imágenes, pero no una inserción en espacios de distribución masivos.

En 1973 destaca la iniciativa en Radio Televisión Italiana (RAI) al programar la serie "América Latina vista por sus realizadores". En esa oportunidad fueron exhibidas películas del chileno Raúl Ruiz, del brasilero P. de Andrade, del boliviano Sanjinés, del argentino Octavio Getino, entre otros.

En lo central, la emisión tuvo el mérito de horizontalizar la mirada entre un país europeo y América Latina: de manera implícita cuestionó el etnocentrismo europeo incapaz de reconocer la diversidad cultural.

En Europa y Estados Unidos, hasta los años sesenta, la actitud etnocentrista era casi absoluta. La unilateral mirada consistía en traer las cámaras para registrar la caricatura o lo turístico del subcontinente. En ese sentido la emisión de la serie fue un adelanto de la renovada actitud que, si bien aún no hegemónica, hoy tiende y aspira a dar voz y visión a los propios actores culturales en el circuito mundial de intercambio audiovisual.

La extensión en el subcontinente de la producción audiovisual en video, tanto independiente como de las emisoras televisivas, en interacción a las actuales tendencias en el Espacio Audiovisual mundial, han permitido en el segundo quinquenio de los ochenta un aumento sostenido de la presencia de imágenes latinoamericanas realizadas por latinoamericanos en las pantallas de otras latitudes.

A inicios de los ochenta circulaban quinientas mil horas de programas a nivel mundial; en diez años sólo en Europa se pronosticaba su duplicación. De esas quinientas mil horas, doscientas mil provenían de Estados Unidos.

La dinámica actual es valorizar la producción endógena de cada área geográfico-cultural: comienza a hacerlo América Latina y Europa desde hace años viene empeñada en una disputa con Japón por la modernización del hardware y con Estados Unidos en lo que dice con el software.

La interacción de estas transformaciones es la que posibilita un innovador rol del video independiente de América Latina en el intercambio mundial de imágenes. Hay varios indicadores que parecen confirmar la continuidad futura de una presencia relativa en el comercio y espacios de difusión internacional.

Difusión y Distribución

- En los últimos años han surgido en Europa y norteamérica algunas distribuidoras comerciales y redes de difusión cultural especialmente orientadas a la producción en cine y Video independiente de América Latina y otras regiones del Tercer Mundo.

Por ejemplo, Screening Days, organismo sueco que desde 1987 promociona en Europa el cine, Video y televisión de Asia, Africa y América Latina; Crocevia y Cies en Italia, Médiathèque des trois mondes en Francia, son organismos no gubernamentales que apoyan la producción y la distribución de contenidos audiovisuales latinoamericanos. Desde el Estado lo mismo hace el ICE (o Agencia Española de Solidaridad Internacional). En igual línea se inscriben River Side TV-Film de Dinamarca, Zebra y la Asociación de Tres Mundos y Video Tiers Monde de Canadá. Todas éstas han abierto espacios televisivos para las realizaciones y especialmente han permitido la circulación de los Videos en redes de video clubs.

- Con similar repercusión en el importante ámbito de la comercialización, destacan algunas muestras orientadas al mercado de programas en video para la televisión.

Un espacio significativo es la muestra internacional INPUT. Esta se efectúa anualmente y en ella participan una variada representación de Videos latinoamericanos. INPUT no es un mercado propiamente tal, pero sí una "vitrina" para futuras ventas a los responsables de programación de televisoras públicas y privadas europeas que acuden a la cita.

En las tres últimas muestras INPUT -Suecia en 1989, Canadá en 1990 e Irlanda en 1991- la presencia del video latinoamericano ha surgido de orientaciones sobre calidad técnica y creativa que entregan las exhibiciones en festivales de la región, en especial en La Habana, Bogotá y en encuentros de productores y videastas.

- En el último tiempo han aumentado las muestras de cine y video

latinoamericano patrocinadas por los organismos antes mencionados, por los propios gobiernos o por productores culturales, artistas, académicos de América Latina que pos años del exilio permanecen en Europa y norteamérica.

- Otra vertiente de inserción de la producción en el Espacio Audiovisual mundial, fundamentalmente en el europeo, es la venta de servicios que vienen haciendo algunas productoras. Esta venta es de especial relevancia pues incide en el actual financiamiento de muchas productoras que se equiparon y operaron en un primer período sobre la base de la solidaridad internacional en el área de las comunicaciones.

Una nueva relación ha comenzado a gestarse entre televisoras del exterior y algunas productoras profesionales de la región. Estas productoras realizan y venden documentales informativos sobre aspectos de coyuntura política o noticiosa o bien documentales sobre temas de interés social, ecológico, político, cultural, etcétera, todo por encargo de un canal extranjero.

En otros casos actúan como orientadoras de profesionales enviados a América Latina con el objeto de cubrir un evento o un hecho noticioso y además les alquilan equipamiento técnico y recursos humanos. O bien directamente asumen una relación de productora cautiva con alguna corresponsalía de una emisora o agencia noticiosa extranjera.

Productoras, en especial, de Chile, Uruguay, Brasil, Argentina y Bolivia, intentan extender esta red de relaciones. Son varias las razones que han permitido esta veta de entrada de recursos financieros y que realizadores y técnicos del sur plasmen en imágenes su propia mirada de América Latina. Entre ellas los costos de operación que a una emisora del norte le significa enviar un equipo de producción a la región; una mayor confianza en la capacidad productiva de profesionales y técnicos de América Latina; y las propias gestiones que ante televisoras extranjeras han efectuado productores y realizadores del movimiento de video.

La experiencia de SOUTH y las co-producciones

En esta línea de proyectar nuestra identidad cultural al mundo a través del imaginario audiovisual-video, es relevante el proyecto SOUTH que impulsó en 1990-1001 Channel Four de Inglaterra.

En junio de 1990 representantes de SOUTH recorrieron América Latina reuniéndose con productores y realizadores independientes de la región. SOUTH conjuga una decisión política y conceptual básica (proyectar al mundo imágenes del sur producidas en el sur) con un recíproco beneficio financiero (Channel Four paga bien a los productores latinoamericanos y vía la compra de esos talentos

se queda con una serie que le generará enormes beneficios en 1992).

SOUTH termina por relevar que el video profesional no sólo es capaz de superar al cine latinoamericano en su salida al exterior, sino que como industria cultural tiene amplias posibilidades.

Finalmente importa destacar el vigor que empiezan a adquirir las co-producciones en cine y Video. Las fórmulas co-productivas son diversas: un equipamiento de realización con una televisión del exterior, un equipo de realización con un gobierno extranjero, un equipo de realización con un organismo no gubernamental, un equipo de realización con un agente privado, un organismo de fomento del cine en América Latina y un gobierno extranjero, un pool de productoras independientes de Video y un gobierno, televisión, organismo privado u organismo no gubernamental extranjero.

En rigor, es el cine latinoamericano el que ante su escasez de recursos financieros, su olvido para la mayoría de los gobiernos y la ausencia de un marco de regulación que le incentive, ha utilizado el recurso de la co-producción para tener un mínimo de continuidad.

La Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano -cuyo protocolo de funcionamiento fue ratificado en noviembre de 1986 en el marco del Festival Internacional del Cine, Televisión y Video de La Habana- ha co-producido ciclos de films junto a televisoras públicas europeas: un ejemplo es la serie "Amores Difíciles", realizada por directores latinoamericanos.

Para los años que preceden a la celebración del Quinto Centenario del Descubrimiento de América, sólo Televisión Española (TVE) anunció más de cincuenta co-producciones en cine con países latinoamericanos.

Estos antecedentes de co-producción han llevado a las productoras de Video a una búsqueda similar. De hecho, en el marco del Quinto Centenario son varios los proyectos de co-producción entre productoras independientes latinoamericanas y televisoras europeas o con el Fondo de Financiación de las actividades de celebración de la importante e histórica efeméride.

En encuentros de videastas se han incentivado las co-producciones por su apoyo material a la realización y -argumentan los productores- "porque contribuye a evitar que en el ocaso del siglo veinte los europeos vengan ahora a desnudarnos con sus cámaras, cual nuevas naves de contemporáneos colonizadores". (Ver capítulo cinco: "La organización de los videastas").

Límites técnicos

Con todo, y enfrentando a estos indicadores positivos para los

realizadores audiovisuales del subcontinente, es imposible soslayar un obstáculo tecnológico a la ampliación de esta tendencia.

Nos referimos a los límites técnicos que en muchos casos conocen las productoras latinoamericanas a la hora de intentar acceder al mercado internacional. Límites de formación de sus profesionales, límites de registro y edición electrónica al no contar con los adelantos tecnológicos que exige la televisión extranjera.

Hasta fines de los ochenta, la mayoría de las productoras independientes, salvo las orientadas al mercado publicitario, no poseían equipamiento en formato profesional Broadcast. El formato de mayor uso en la región era el semi-profesional U-Matic baja banda, en general no aceptado por la televisión europea.

La gravedad de este límite llevó a muchas productoras e instituciones a actualizar sus equipos.

Sin embargo, en ese proceso de modernización tecnológica, no contaron con ningún apoyo, por ejemplo tributario, de los reglamentos jurídicos. A diferencia de lo que ocurre con la industria emisora y productora audiovisual televisiva, favorecida en varios países con franquicias para la importación de equipamiento. Destacamos lo anterior, pues la constante innovación en el sector audiovisual, puede convertir en crónico el rezago tecnológico de las productoras independientes de América Latina.

Capítulo cinco:

LA DIVERSIDAD: el signo del Video Latinoamericano

1) ¿CUALES SON LOS FUNDAMENTOS DE ESTA DIVERSIDAD?

La diversidad del quehacer del Video en América Latina se relaciona dialécticamente con su unidad conceptual y motivacional, con su unidad histórico-cronológica y con su unidad tecnológica.

a) Unidad conceptual y motivacional como fundamento de la diversidad

Dos rasgos que unifican al Video conceptual y motivacionalmente sirven para explicar su diversidad.

Primero, en los encuentros de videastas se ha destacado su vocación liberadora de la luz. En una región caracterizada por una

débil cinematográfica y por una televisión con supremacía de productos culturales exógenos, el Video ha encerrado un potencial liberador -por tanto innovador- de la creatividad audiovisual. Esta unidad como actor liberador de la luz de hecho se expresa en diversas líneas de producción y en diversos géneros.

Segundo, la vocación democrática que el movimiento ha destacado como motivo de unidad es una condición y exigencia de diversidad y pluralidad. Esto en un doble sentido: como autoexigencia de pluralidad en las formas de lenguaje y contenidos y como autoexigencia de aceptación de la pluralidad política democrática en su interior.

b) Unidad histórica cronológica como fundamento de la diversidad

Una década sellada por el autoritarismo político y una crisis económica y social de larga data es la condición histórica común al Video en la región.

Pero América Latina es una y diversa. Entonces el quehacer Video no podía sino expresar esa diversidad. En interrelación con la unidad de objetivos comunicacionales, que subyace en sus dinámicas de intercambio de experiencias en el marco de encuentros latinoamericanos, aparece la diversidad en función de tradiciones culturales nacionales, de realidades políticas, de experiencias de los movimientos sociales que utilizan el instrumento audiovisual, de cualidad de los realizadores, de determinantes económicos sociales, etcétera.

El Video en Perú no es como el Video en Uruguay, aunque sí dialogan sobre la base de un mismo norte de promoción social. El Video en Cuba no es como el Video en Bolivia, aunque sí videastas bolivianos se han formado en Cuba y la televisión cubana ha emitido videos bolivianos. El Video en Chile no es como el Video en Brasil, aunque sí comparten una casi igual emergencia en el seno de organizaciones sociales.

c) Unidad tecnológica como fundamento de su diversidad

El Video en su tecnológica unidad de medio electrónico para el registro y exhibición de imágenes, aparece con su compleja y diversa realidad de formatos.

Y cada formato es límite y posibilidad. Por ejemplo, el doméstico VHS, inhibido por calidad de imagen ante la televisión, amplía su uso en la pedagogía audiovisual o en búsquedas artísticas. Así como la sofisticación de una isla de edición computarizada y de una cámara Broadcast, implica un colectivo y profesional esfuerzo productivo y una alta resolución de imagen.

2) ¿COMO SE EXPRESA ESTA DIVERSIDAD?

En la práctica comunicacional del Video latinoamericano se diferencian tres principales **Líneas o Areas de Producción**, una **diversidad de Formas de Producción**, una **diversidad de géneros** y una **diversidad de espacios de difusión o distribución**.

En **Líneas o Areas de Producción** agrupamos aquellas prácticas que comparten un mismo objetivo comunicacional y ciertos rasgos sociales en el proceso de producción y difusión o distribución.

Las **Formas de Producción** son las especificidades organizativas del equipo humano y del formato tecnológico utilizado en la producción.

Géneros son los distintos lenguajes audiovisuales (montajes de la imagen y el sonido en función de singularidades "narrativas") que utiliza el medio electrónico para comunicar.

Y **espacios de Difusión y Distribución** son las redes sociales y educativas, o circuitos comerciales de exhibición y socialización de los productos audiovisuales.

A) DIVERSIDAD DE LINEAS DE PRODUCCION Y DIVERSIDAD DE FORMAS DE PRODUCCION

El Video-Proceso o Video-Popular, el Video-Producto o Video-Programa y el Video-Arte o Video-Experimental, son tres líneas o áreas de producción diferenciadas en tanto cada una comparte objetivos comunicacionales y ciertos rasgos sociales en el proceso de producción, difusión y distribución.

Son pertinentes, antes del desarrollo de esta taxonomía por áreas de producción, dos aclaraciones previas:

-Uno: Las tres áreas o líneas de producción que hemos singularizado no son compartimentos estancos ni en las productoras ni entre los realizadores, ni en lo que son los géneros producidos, ni como forma de producción. En rigor, constituyen sólo tendencias que es posible distinguir con sus propias especificidades.

-Dos: No incluimos en el análisis como una área de producción a la publicidad institucional ni a los spots publicitarios televisivos en video, no porque no lo sea, sino por tratarse de una línea de producción que supera los objetivos de este trabajo. Sin embargo, si destacamos aquí su importancia económica en el mercado de productos audiovisuales.

VIDEO-PROCESO O VIDEO-POPULAR

Es "la acción comunicacional en Video, cuya concepción, producción y difusión es en interacción con movimientos sociales u organizaciones educativas, en aras de jugar un rol en procesos históricos concretos.

"Se trata de la apropiación creativa del hecho tecnológico por los sectores sociales subordinados, en función de una práctica participativa que tienda a horizontalizar la relación entre emisores y receptores, a un ejercicio democrático directo en la comunicación social".

La génesis histórica del Video en la región -caracterizada por autoritarismos y la reorganización de movimientos sociales- hizo de esta línea de producción la cuantitativamente más desarrollada.

Gracias a la relativa simplicidad tecnológica del medio, en el Video-Proceso participan profesionales de la comunicación junto a los sectores sociales.

Determinado por la mayor o menor presencia de profesionales y de la participación de los sectores sociales, es pertinente distinguir entre dos variantes del Video-Proceso:

-"Uno, aquel con énfasis en la autopromoción de sectores populares o de étnias subordinadas y en lo fundamental con supremacía en la gestión productiva y de difusión de los propios actores sociales;

-Dos, aquel producido y difundido por profesionales y técnicos que participan interactivamente en las dinámicas del movimiento social".³³

En su primera expresión el Video-Proceso ha centrado preferentemente su práctica en la perspectiva de la autocapacitación popular.

En América Latina el Video-Proceso en sus dos expresiones puede contener varios géneros: el informativo, como lo que durante años hicieron los profesionales de Proceso y ex-Teleanálisis en Chile, y lo que hoy en Bolivia hace Tarpuy y su informativo en Quechua; el espectáculo, al estilo de la experiencia bulliciosa y callejera de TV-Viva en Pernambuco, Brasil, que creando musicales o variedades, exhibe al aire libre y con pantalla gigante en barrios y centros sociales; testimoniales-educativos, como los que realiza Calandria en Lima; y también documentales, docu-dramas, ficciones y magazine.

En cuanto a formas de producción, si bien es posible encontrar equipos humanos que realizan esta línea de trabajo con

³³ Idem nota 1

rigor técnico -dicho sin sentido de valor- o con una división de roles y de trabajo colectivo heredado del Cine y la producción televisiva -director, productor, editor, guionista, actores, técnicos, etcétera-, éstas son aisladas. La norma es pequeños equipos, concentración de funciones, activa participación de los actores sociales y muchas veces el uso del formato doméstico VHS, por su menor costo y fácil operatividad.

Otra característica singular del Video-Proceso es su difusión. Si la concepción y producción se asocia a movimientos sociales concretos, la difusión de los productos culturales es interna a los mismos movimientos. Se evita así el desafío de la distribución y comercialización exigida en la industria cultural, pues no hay ruptura: se produce para difundirse en grupos, en la educación, una y otra vez.

Las potencialidades del Video-Proceso en el terreno de la difusión-circulación son muchas. De hecho, la experiencia conocida de TVT y su eventual emisión televisiva en UHF, sólo aparentemente rompe la lógica de la exhibición por reiteratividad en grupos y organizaciones. Pues, lo que hace es abrir un campo más amplio de emisión de los mensajes gestados por comunicadores en interacción con movimientos sociales, pero conserva una recepción cautiva propia del sujeto socio-histórico que emite.

En Argentina "hay experiencias en la producción de Video que no se han divulgado y que son de sectores medios del pueblo del interior...incluida la creación de canales de televisión. Hay dos o tres que están funcionando ilegalmente, porque la ley no permite que las cooperativas tengan medios de comunicación".³⁴

Por último, el conjunto de características compartidas por el Video-Proceso, cuando actúa en la animación socio-cultural, genera tres funciones sociales: fomenta la percepción crítica de los productos audiovisuales, incentiva la vida asociativa y participativa y, en consecuencia, desarrolla un sentido de pertenencia colectiva.

VIDEO-PRODUCTO O VIDEO-PROGRAMA

Es la acción comunicacional en Video que se orienta principalmente a "la realización profesional de programas unitarios o series dirigidos a la distribución masiva, en especial a la TV nacional o extranjera, a video clubes u otros circuitos de exhibición públicos o alternativos".³⁵

³⁴ "Comunique en video lo popular", Osvaldo Hirschmann. Revista Chasqui, Quito-Ecuador, 1988.

³⁵ idem nota 1

Aunque dirigido a la industria cultural, el Video-Producto del movimiento de Video latinoamericano -y de muchas expresiones no orgánicas- se orienta por una racionalidad democrática e innovadora del software.

En el movimiento orgánico de Video en los últimos años se ha venido perfilando un grupo de productoras que, aunque con origen en el Video-Proceso, tienden ahora al Video-Producto e inserción prioritaria en circuitos masivos de distribución.

En especial esto ha ocurrido en Chile, Brasil, Uruguay y Bolivia, donde la ampliación de la demanda de programas, las nuevas posibilidades y diversificadas exigencias comunicativas asociadas a la recuperación democrática, la propia evolución profesional de los videastas y las necesidades de autofinanciamiento, determinaron este tránsito de una línea de producción a otra. En Chile, Nueva Imagen y Proceco; en Uruguay, CEMA e Imágenes; en Brasil, ISER; en Bolivia, Safripo, entre otras productoras en las que se aprecia esta dinámica.

Iniciativas y documentos del movimiento de video dan cuenta de una tendencia a incentivar el Video-Producto. Por ejemplo, la coproducción anual de una serie para la televisión como Visión Latina, gestada en el IX Festival de la Habana, en 1987, y que, más allá de su aún poca entrada a las emisoras, es importante al coordinar esfuerzos de productoras de Uruguay, Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Nicaragua, Cuba, Brasil, Perú e incluso de España y Dinamarca.

Mientras en la reunión de Cochabamba, en 1989, por primera vez en una comisión para discutir sobre producción, se abordó el tema de canales de televisión y publicidad, resolviéndose impulsar la "realización de paquetes para canales". Y en Monte-Video 90 no sólo se abordó éste y otros temas en relación a estrategias de inserción en el mercado audiovisual, sino además hubo participación de directivos de televisoras europeas.

En el Video-Producto si bien la distribución apunta en especial a la industria televisiva, es un dato no excluyente la inserción en video-clubs comerciales u otros espacios. Ni tampoco implica una ruptura con las redes de difusión del Video-Proceso (así como este último no tiene a priori cerrado los circuitos televisivos).

En esta área de producción es común la variedad de géneros; más aún si se considera que la innovación creativa en forma y contenidos es condición sine qua non de un competitivo acceso a los mercados.

Respecto a la forma de producción, la calidad técnica exigida por las emisoras televisivas impone la profesionalización de la gestión productiva en dos sentidos: por un lado, una efectiva división de roles técnicos, creativos y ejecutivos en el equipo de

producción y, por otro, mediante el uso de equipos de alta banda e islas de edición más complejas.

VIDEO-ARTE O VIDEO-EXPERIMENTAL

Ya escribimos en el análisis de las características del Video como medio de comunicación que éste posee singularidad al permitir un nuevo lenguaje audiovisual: capaz de liberar a las imágenes de sus referentes en la realidad. Pues bien, en esa especificidad se mueve la acción comunicacional del Video-Arte.

La crítica chilena Nelly Richard, esboza una larga definición: "El Video-Arte se distinguirá de los demás productos Video que enfatizan su vocación informativa o comunicacional en la transmisión de mensajes o representación de contenidos puestos al servicio de un desciframiento lineal o instrumental. El tratamiento artístico o experimental del Video privilegiaría, por contrario, el valor autosignificante de sus formas y procedimientos, remitiendo la imagen a su propia aventura de experimentación material y estética. Contra el determinismo referencial del contenido (video documental) y contra la transparencia representativa de la historia (video ficción), el Video-Arte designaría aquellas obras en las que los recursos de construcción se exhiben a sí mismos como artificios, en las que la imagen se autoseñala como proceso e intención, en las que la materialidad de las formas se recalca a sí misma bajo un régimen de saturación e intensidad de los significantes".³⁶

Una definición más simple, aunque con la misma orientación de definir por la diferencia, es la divulgada por el Nucleo Uruguayo de Video-Arte: "El Video-Creación concibe al video como un nuevo lenguaje, con sus propias características, y no como una prolongación del cine".

Ese nuevo lenguaje que trae el Video se apoya en la versatilidad formal del instrumento: alteraciones temporales, alteraciones espaciales, negativo, feedback, grabación sobre el monitor, tracking, cromados, reverse, reciclaje de tomas usadas, etcétera, son los recursos o los nuevos fonemas (para usar una imagen lingüística) que vía otra sintaxis (montaje) permitiría un nuevo lenguaje.

Haciendo libremente una analogía con la Historia de la Pintura: el Cine y la Televisión en sus primeros años serían el equivalente a lo figurativo que tiene como referencia formal a la

³⁶ "Contra el pensamiento teorema...", Nelly Richards. Revista Festival de Video Arte Franco-Chileno, Santiago de Chile, noviembre de 1987.

realidad que con los ojos se ve, incluso en su variante subjetiva impresionista; en cambio el Video-Arte sería el equivalente de la irrupción de lo abstracto en la pintura, de lo no figurativo, de la libre asociación en cualquier forma.

El Video-Arte aprovecha los portentos técnicos de la cámara y de la isla de edición computarizada para crear.

La definición de Richard, que en lo sustantivo compartimos, requiere, sin embargo, un comentario acerca de un estado de ánimo intelectual que ha caracterizado la práctica de algunos videoartistas.

El Video-Arte no sólo es una línea de producción, junto al Video-Proceso y al Video-Producto -de acuerdo a lo que hemos venido definiendo-, sino además es un género distinto al documental y la ficción, es decir, es un tercer género (en el apartado siguiente sobre la "Diversidad de géneros" profundizaremos este concepto).

Tanto el Video-Proceso como el Video-Producto, incluye a los dos géneros tradicionales y a todo tipo de subgéneros. En cambio, hasta ahora, el énfasis del Video-Arte es unilateralizar su nueva cualidad de lenguaje e implícitamente dar estatuto de privilegio a este nuevo género que intenta construir. A fines de siglo asistiríamos entonces a un vanguardismo moderno propio de la estética de inicios de siglo, claro que agiornado a la esfera audiovisual electrónica.

Es lo que hace Richard al afirmar que la aproximación conceptual del receptor a los otros géneros (y por extensión a los otros medios, Cine y TV, que privilegian el documental y la ficción, y a cualquier otra utilización del video, como el Video-Proceso y el Video-Producto) es sobre la base de un "desciframiento lineal e instrumental". Por contrario, en el género y línea de producción Video-Arte se trataría de otro desciframiento de los significantes. De un desciframiento que por saturación e intensidad formal evocaría significados.

En la ficción y el documental el nexo significante-significado implica un tránsito perceptivo desde el primero hacia el segundo, siendo el significante un signo sobre la base de una referencia real o real-imaginada y que evoca significados. E internamente, en el discurso de un género u otro, existe una secuencialidad de significantes y significados. Pero esas características no son sinónimo de instrumentalidad ni de linealidad en la percepción, en oposición a la percepción en el Video-Arte. Más bien se trata de dos dialécticas entre el sujeto-creador y el objeto creado y/o recreado.

El lenguaje audiovisual del documental o de la ficción se construye sobre la base de una aproximación a un mundo-referencia visual y sonora, pero eso no es instrumentalidad, en el sentido de

utilización, sino una entre otras dialécticas posibles. En el género Video-Arte la propia tecnología para la producción de sentidos tiende a reemplazar al objeto externo referencial y se convierte en la referencia a ser manipulada por el creador (Imágenes digitales, por ejemplo).

Ni tampoco la percepción del documental o la ficción es una linealidad, sino que es una secuencia discontinua, aunque nuevamente su referencia es el espacio y el tiempo, o los juegos con el espacio y el tiempo. De nuevo el Video Arte es otra cosa, es un continuo de intensidad de significantes y saturaciones de los mismos, sin construir su eje semántica a partir de la discontinuidad secuencial espacial y temporal.

En nuestras palabras no ocultamos un ánimo polémico frente a la supuesta preeminencia y exclusividad de este nuevo género y valiosa línea de producción. Sobre todo si pensamos que la integralidad que es el Espacio Audiovisual tiende en los últimos años a articular la producción de cine, televisión y Video, así como a experimentar en cualquier género con las posibilidades creativas abiertas por la técnica. Vivimos el tiempo del cierre de fronteras técnicas, el cierre de fronteras formales y el cierre de fronteras de contenidos. Vivimos un tiempo en que los perceptores y la industria cultural exige creatividad artística en cualquier área de producción o género audiovisual.

Hay que decir que incluso en el mismo campo de realizadores autoconsiderados en esta área de producción, es difícil, en función de las palabras de Richard, reconocer el límite entre cuando es Video-Arte y cuando no. Hay una tendencia a usar la clasificación sin rigor. Desde la experimentación formal a que alude Richard hasta plásticas ficciones futuristas copiadas del cine y realizadas en Video, se dicen Video-Arte.

(Nos hemos detenido en estas reflexiones sobre el Video Arte, porque es el único capítulo en que se le trata en profundidad. Mientras que las otras líneas de producción, el Video-Proceso y el Video-Producto, más extendidas en el movimiento orgánico de Video latinoamericano, han sido directa e indirectamente examinadas como tales en otras partes del trabajo).

El Video-Arte en la región

El Video-Arte como género se inicia en la década de los sesenta en Europa y Estados Unidos, utilizándose los primeros magnetoscopios. En el norte, como en el sur en los años setenta y ochenta, los primeros en dar un uso de Video-Arte al video fueron los artistas visuales.

En el origen del movimiento se expresan dos tendencias: la de "Name June Paik de deformación de la imagen como técnica de

investigación de la materialidad electrónica de la sustancia video, y la segunda basada en los 'de/collages' de Wolf Vostell como reformulación crítica del dispositivo informativo-comunicativo de la televisión". Lo de Paik más formalista en el uso del signo electrónico, mientras lo de Vostell asume connotaciones de crítica a un discurso standarizado e ideológico como es el de la televisión.

Es Chile el país donde más se ha desarrollado. Tiene un perfil propio que incluso desde 1980, anualmente, se expresa en una muestra de Video-Arte franco-chileno.

Realizadores como Juan Downey, Eugenio Dittborn, Carlos Flores -éste también cineasta y creador del único programa de Video-Arte que ha emitido la televisión de la región- son conocidos internacionalmente en los círculos de video-artistas. Y también hay una corriente de jóvenes creadores formados al alero de escuelas audiovisuales.

El Nucleo Uruguayo de Video-Arte que coordina a los pocos cultores del país rioplatense, viene realizando y mostrando con continuidad. Sin embargo, a diferencia de Chile, por ejemplo, la calidad de la producción es técnica y conceptualmente menor.

En Argentina, hay un grupo de video-artistas importantes, que han efectuado muestras de sus trabajos en especial al amparo del ICI de Buenos Aires.

En estos países, más Brasil, el desarrollo del Video-Arte corre paralelo y no interactivo con el Video-Proceso y el Video-Producto. Hasta la fecha desconfianzas recíprocas han inhibido una interlocución entre las distintas áreas de trabajo, cosa que sí ocurre en el movimiento orgánico de Video latinoamericano entre el Video-Proceso y el Video-Producto. La excepción son algunos realizadores de Video-Arte bolivianos que interactúan con las otras líneas de producción. En los otros países el Video-Arte en estricto sentido no tiene un mayor desarrollo.

Respecto a la forma de producción, la más común es la concentración de los roles técnicos. El realizador asume la dirección, la edición, la cámara, y a veces la interpretación. Del mismo modo el costo operativo es menor al evitar insumos propios de otras áreas de producción.

Finalmente, la difusión suele darse en espacios reducidos: institutos culturales, muestras académicas y festivales. Lo críptico de muchas propuestas explica en parte la elitización de la difusión.

Sin embargo, también hay que considerar la cerrada actitud del medio natural de exhibición de estas obras: la televisión.

La televisión es un medio-servicio que entrega una variedad de géneros y subgéneros en forma de supermontaje de la narrativa programática. Pero ocurre el absurdo de que no da espacio al

género cultural que surge de su propio seno. La televisión entrega documentales y ficciones registradas en video en los estudios de televisión o en exteriores, pero no en Video-Arte, el tercer género. Ocurre el absurdo que en tanto servicio y ante la demanda de las bellas artes y de una estrecha concepción de la cultura se exige un espacio para la danza, la ópera, el teatro o cualquier otra expresión artística, incluso cine-arte, pero no hay un espacio para el arte que, como en todo género cultural, se presenta en el Video-Experimental.

En ese sentido, destacamos la experiencia del canal 5 y 11 de la televisión chilena que desde 1986 programan el ciclo En torno al Video. Este ha resultado un éxito no sólo de audiencia, sino por la inequívoca creatividad mostrada a un tele-espectador que por primera vez recepcionaba a la pantalla de otra manera. En torno al Video demostró la pertinencia de esos aportes en un servicio que debe ser diferenciado por segmentos de interés.

B) DIVERSIDAD DE GENEROS

Los tres géneros audiovisuales primarios

A través de la historia de lo audiovisual, se fueron diferenciando con su propia personalidad dos géneros: la ficción y el documental. En el apartado precedente afirmamos que en el Video-Arte, o en sus búsquedas expresivas vía el signo electrónico, existe como potencia un nuevo y tercer género.

Si entendemos por géneros a los distintos lenguajes audiovisuales (montaje de la imagen y el sonido en función de singularidades "narrativas"), no es difícil reconocer el carácter de **géneros primarios o géneros modelos** de la ficción, el documental y ahora el género experimental electrónico abierto por el Video-Arte:

- **La ficción** audiovisual estructura su lenguaje sobre la base de lo imaginario-figurativo.
- **El documental** audiovisual estructura su lenguaje sobre la base de lo real-figurativo.
- **Y el Video-Arte** o la experimentación electrónica audiovisual está en condiciones de estructurar su lenguaje sobre la base de imágenes digitalizadas (no analógicas).

Así dicho los tres géneros aparecen en un abstracto estado puro. La ficción como imaginación creadora a partir del movimiento humano en el espacio y el tiempo, el documental como un registro

y/o reconstrucción del movimiento real, y la experimentación electrónica como una formal construcción de nuevas "realidades" visuales.

En la historia audiovisual, el cine se especializó en la ficción: pues aunque las primeras tomas para regocijo de los asombrados parisinos fue un simple registro documental de los obreros de una fábrica de los hermanos Lumière, en rigor el origen del cine se asocia al ficcionado "Asalto y Robo al Gran Tren". La televisión se especializó en el documental informativo, gracias a su aporte sustantivo al posibilitar la toma y emisión en directo. Y el video, además de potenciar la articularción de géneros en la televisión, se asocia a la experimentación electrónica propia del tercer género.

Sin embargo, la tendencia actual es a la interacción expresiva entre los tres géneros modelos. Tanto la intercambiabilidad productiva tecnológica (de celuloide a video y el video revolucionando los efectos especiales del cine, por ejemplo) como la necesidad y exigencia creativa de innovar permanentemente las formalidades expresivas en cada uno de los géneros, hace que la integración del Espacio Audiovisual también se exprese en la combinación de los géneros. De esta combinación surge una rica y variada gama de subgéneros o géneros secundarios.

Ya hemos mencionado el docudrama, que formalmente integra a la ficción con el documental. Y están también las posibilidades expresivas que en cualquier ficción o documental, ya sea informativo, musical, u otro, permite el lenguaje digital de la edición computarizada.

Un paradigma de la interacción de géneros es el subgénero Video-clips musical que revolucionó la televisión en los ochenta: ahí se articula el documental-musical, casi siempre una elaborada y breve ficción y una riqueza plástica y formal que aprovecha desde la iluminación heredada del cine hasta imágenes digitalizadas.

Géneros y subgéneros en el Video latinoamericano

- **Video-Registro** de dinámicas colectivas, utilizado especialmente en la autopromoción de grupos sociales y organizaciones educativas.

- **Video-Informativo**, utilizado como anti-noticia por los movimientos sociales en oposición comunicativa a la mirada hegemónica en los noticieros televisivos.

- **Video-Documental**, que contextualiza acontecimientos políticos y culturales en países de la región, que explora realidades

sociales, ecológicas u otras generalmente no tratadas en la televisión.

- **Video-Espectáculo**, que sobre la base del rescate audiovisual de la fiesta musical y popular, de la cotidianidad urbana y rural, es capaz de desarrollar productos de entretención y para el disfrute masivo. Este es un subgénero difícil de acotar, sin embargo, ha tenido un desarrollo notable en el grupo TV-Viva, en Brasil, que hace y emite sus videos junto a sectores populares en efectivas dinámicas de animación sociocultural. También en Bolivia y Perú vía trabajos que rescatan con humor y creatividad la singularidad cultural de las etnias subordinadas. También en videos en Uruguay y Brasil que muestran la riqueza musical y cultural del carnaval.

- **Video-Musical**, que difunde a creadores de la región, ya sea como reportaje musical o registro de actuaciones.

- **Video-Clips**, que utiliza todos los lenguajes en la aproximación a la música u otros temas.

- **Docudramas**, que articula la ficción y el documental, especialmente utilizado en videos que buscan un impacto dramático emotivo al tratar a determinados actores sociales, historia de vida, o cuando se trata de la mirada subjetiva de un realizador sobre una ciudad, paisaje, obra de arte, etcétera

- **Video-Ficción**, género utilizado en teleseries sobre temáticas locales, o bien en unitarios que adaptan literatura o comics de la región.

- Y finalmente el **Video-Arte**, cuya variedad expresiva va desde video-instalaciones, con eje en la escenografía visual, hasta videos-socio-futuristas, con eje en la experimentación plástica y formal.

¿Qué género producir?

La mayoría de las realizaciones del video latinoamericano, si bien expresan la diversidad antes indicada, responden a variantes del género documental: el Video-registro, el Video-informativo, el Video-documental, el Video-espectáculo y el Video-musical (salvo en el caso de los Video-clips). Es más, entre los nombrados la supremacía cuantitativa la tiene el Video-registro y el Video-informativo, pues recién en los últimos años comienza a perfilarse una producción importante y de calidad en el Video-espectáculo, en el Video-documental y en el Video-musical. Destacamos esto en

contraste con la poca presencia del género ficción y del docudrama.

La razón hay que buscarla en la génesis histórica prioritaria del instrumentos video en la línea de producción Video-proceso, que, además de las exigencias orgánicas que hacen los propios usuarios, es condicionado por límites técnicos, profesionales y de costos. En ese marco los subgéneros más transitados eran los más baratos y los que exigían menores energías creativas.

Recién en los tres últimos años comienza a desarrollarse una incipiente producción de variantes más elaboradas del documental, de docudramas y Video-ficción. Esto es posibilitado por nuevos creadoresm oir ka becesudad de acceder a los circuitos masivos y, en lo fundamental, por la conciencia de superar en calidad una producción débil técnicamente y con poca llegada a un público que está acostumbrado a los productos audiovisuales de calidad y de entretención ofrecidos por el Cine y la televisión. Esto lleva, incluso a los grupos que trabajan el Video-Proceso, a cuestionarse y diversificar sus realizaciones.

Finalmente, la inserción de los videos independientes en los mercados televisivos y en otros espacios exige saber orientar la producción de acuerdo a la oferta con ventajas comparativas y a la eventual demanda efectiva.

Sin desconocer la importancia de la realización independiente de ficciones, expresada en teledramas u otras series con nuevas temáticas, pueda tener en los circuitos masivos, todo indica que tanto la capacidad demostrada por algunos creadores, como la demanda televisiva en expansión, apuntan a la consolidación de productos como los documentales, docudramas, espectáculos, musicales y otros.

Esta veta de trabajo parece ser la que presenta mayores posibilidades de inserción ventajosa en los mercados televisivos nacionales y en el internacional.

Coincide la experiencia acumulada con una eventual demanda. Pues las emisoras televisivas programan muy poco estos géneros, dando prioridad a las ficciones, en especial a teledramas, seriales y películas, comprados como enlatados a distribuidoras norteamericanas, europeas o a las grandes cadenas televisivas latinoamericanas.

Según un estudio de IPAL sobre la televisión en los países andinos, la relación entre la emisión de argumentales y documentales es muy desigual para este último género:

- En Bolivia el 52.2% de los programas son teledramas o seriales, el 27.5% es cine y sólo el 7.3% son documentales.

- En Colombia de 146 horas semanales que programa la televisión,

72 horas corresponden a teledramas y seriales y sólo 3 horas y 30 minutos a documentales.

- En Ecuador todos los canales asignan más de un 50% de su programación a la ficción y sólo un 3% al documental.

- En Perú el 53% de la programación es argumental y sólo el 1% es documental.³⁷

Esta desigual relación es la norma también en los otros países de la región. Además, en general, el pequeño espacio del género documental es ocupado por programas como el National Geographic o los viajes de Jacques Cousteau, cuya calidad es inobjetable, pero omiten realidades geográficas y culturales cercanas, o mejor, omiten una mirada más cercana.

Se podría objetar, como siempre se hace al hablar sobre programación, que la ficción y ese tipo de ficción es lo que la gente quiere ver. Y no querría ver documentales u otros géneros. Sin embargo, los antecedentes de audiencia, así como la actual tendencia a recepcionar imágenes de su cotidianidad geográfica y cultural, niegan esa objeción.

C) DIVERSIDAD DE ESPACIOS DE DIFUSION Y DISTRIBUCION

Es importante separar operativa y conceptualmente las dos formas de circulación de los Videos.

Difusión es el acto de extensión de los programas en la sociedad civil. El video se ve una y otra vez, por reiteratividad de muestras y exhibiciones en grupos y organizaciones sociales que le utilizan, autopromociándose y debatiendo con estos mensajes. Es la difusión la forma principal -aunque no exclusiva- de circulación del Video-Proceso.

En cambio, la **Distribución** alude a la circulación comercial, en busca de un margen de ganancia. La distribución entonces es tarea prioritaria -aunque no exclusiva- del Video-Producto y tiende a los espacios masivos.

La circulación del Video-Arte, hasta ahora, responde más a una difusión entre artistas visuales y un reducido público especialista.

La circulación de los Videos

Es importante relativizar un equívoco generalizado entre los

³⁷ "Políticas de Televisión en los países andinos", IPAL. Lima-Perú, 1988.

observadores externos. Se suele afirmar que la circulación de los mismos sería mínima y casi un fenómeno marginal, en comparación a los productos audiovisuales de la televisión y el cine.

Las cifras y la realidad son elocuentes en el sentido contrario. Sólo en Chile, en 1985 los informativos de Teleanálisis o programas de PROCESO e ICTUS fueron vistos por más de 200.000 personas.

En 1989 la experiencia de las Brigadas Electrónicas Audiovisuales (BEA), del grupo PROCESO, que exhibían propaganda política en barrios y organizaciones sociales, fue vista por cerca de 270.000 personas. Y para los 11 documentales que ICTUS realizó para la Concertación Democrática opositora al gobierno militar, se estimó una audiencia de un millón de personas.

En 1990 y en el marco de la recuperación democrática, ICTUS inauguró un plan de videotecas comunales que alcanzará a las 51 comunas de Santiago.

Hemos destacado el caso chileno, porque es una de las sociedades que más produce y consume video. Sin embargo, en Uruguay, en Brasil, en Argentina, en Bolivia, en Perú y en menor medida en Ecuador, Colombia y Venezuela, en sus tres líneas de producción el Video tiene una considerable circulación en espacios de difusión, además de las emisiones televisivas.

Espacios de difusión con énfasis en la retroalimentación

- **Grupales, Sociales.** Es la difusión en grupos organizados: sindicatos, gremios profesionales, organizaciones barriales, de derechos humanos, ecologistas, de jóvenes, feministas, etcétera.

- **Animación socio-cultural.** Es la difusión en lugares públicos o centros sociales, en los cuales la convocatoria es abierta a un movimiento social u área geográfica.

En uno y otro caso, el instrumento para la difusión es la:

- Videoteca alternativa: en instituciones, productoras y centros culturales.

- o las Unidades móviles, integrada por un equipo de emisión básico: magnetoscopio, monitor y/o un cañón de proyección gigante.

Otros dos espacios menos utilizados, pero importantes, son:

- **Suscripciones.** Esta experiencia ha sido desarrollada por Teleanálisis en Chile.

- **Redes educativas.** Esta es una veta poco transitada. Sin embargo, ISER en Brasil, que produce paquetes para el Ministerio de Educación, y TV Cultura en Perú, que produce para institutos educativos, demuestran las potencialidades del instrumentos en este espacio de difusión.

Espacios de difusión abiertos con audiencia cautiva

- **Muestras.** Organizadas por asociaciones nacionales o productoras suelen tener impacto cultural y una numerosa audiencia. En Uruguay se da una de las más novedosas experiencias al exhibirse una selección de videos nacionales, desde 1987, en salas de cine de Cinemateca uruguaya.

- **Videotecas alternativas.** Así como este instrumento juega un rol en la difusión cerrada, también lo hace en la audiencia cautiva al actuar como servicio abierto de oferta de videos.

Los espacios de distribución

- **Televisión nacional o extranjera.** Es el espacio, por masividad y racionalidad de mercado, más importante para la producción del Video-producto. En el análisis sobre el Video como soporte de contenidos comunicativos destacamos el rol de las productoras independientes en el nuevo escenario televisivo de los noventa y su rol en la innovación programática, así como desarrollamos los actuales obstáculos a su extensión en este espacio.

- **Video clubs comerciales.** Este ámbito de distribución es el que ha permanecido más cerrado para el Video latinoamericano. Además de los objetivos intereses económicos de las grandes empresas distribuidoras -muchas veces son las mismas que traen el cine, programas de televisión y videos, desde productoras norteamericanas o europeas-, la razón de la no presencia en este circuito de distribución hay que buscarla, otra vez, en la calidad de los productos ofrecidos y en las políticas efectivas para insertarse en el mismo.

Hay excepciones que podrían indicar una mínima tendencia a revertir esta situación. Una distribuidora uruguaya desde 1988 ha colocado Videos nacionales y latinoamericanos en los video-clubs de Montevideo. En Chile, en 1990 una distribuidora local ha comenzado a colocar en el circuito comercial videos y cine nacional convertido a señal electromagnética.

- **Festivales y Muestras.** Estos, aunque no son espacios de distribución, sí son una vitrina de las realizaciones. El Festival

de La Habana, Cuba, por lo mismo, ofreció a los videastas un espacio-mercado.

- **Otros espacios.** Si bien la real diversidad de espacios de circulación transitados por el Video, niega al sentido común que desconoce su potencial masividad cultural. No es menos cierto que aún su inserción cultural es un desafío y hoy son un hecho las falencias en especial en su entrada a los circuitos de distribución.

En ese sentido, en el Encuentro Latinoamericano de Cochabamba, Bolivia, en 1989, Octavio Getino en su Conferencia sobre Distribución, Difusión y Mercado, subrayó la continuidad de los problemas de circulación que ayer enfrentó el cine latinoamericano y los que hoy enfrenta el Video. Pero en realidad de este último, al contar con un mercado usuario mucho más amplio, abre expectativas sobre su rol en la liberación de la imagen en el subcontinente. Claro que para tal efecto cultural es imprescindible ampliar los espacios de difusión y distribución.

Entre ese repertorio de nuevas iniciativas, Getino mencionó como ejemplos a la TV-Cable y las redes de omnibus y aviones.

Redes de Difusión nacionales

En algunos países de América Latina se han impulsado iniciativas de redes nacionales de difusión.

En Uruguay, la productora CEMA posee una videoteca con los títulos nacionales y muchos de la región.

En Colombia, CINDEP, institución eclesiástica dedicada al Video, cuenta con una videoteca nacional y latinoamericana y a la vez hace de distribuidora.

En Chile, sin existir una videoteca nacional unificada, productoras como PROCESO e ICTUS, instituciones como El Canelo de Nos y ECO, y la videoteca VIDEOCOOP, mantienen redes de difusión de cierto alcance nacional.

En Brasil, la Asociación Brasileña de Video Popular ha impulsado la red nacional Cinevideo.

A partir de 1991 la tendencia no es a centralizar la producción en videotecas sino a diversificar las mismas y a motivar el intercambio.

Redes regionales de Difusión

Fruto del auge del Video latinoamericano han surgido algunas redes que intentan coordinar el intercambio entre productoras e instituciones de los distintos países. Aunque también a partir de 1991 la tendencia es a fortalecer intercambios bi y multilaterales

y no centralizar la producción en videotecas que en general han resultado insuficiente o se convierten en "cementeros de cintas".

- **Videoteca de IPAL.** Es la más importante por antigüedad y por la extensión y servicios que ofrece. Fue creada en 1986, en Lima y además posee un servicio técnico de copiado y cambio de formato en la norma NTSC, la más extendida en América Latina. En 1991, sin embargo, fue definitivamente terminada como proyecto.

- **Videoteca del Sur.** Esta iniciativa de difusión regional surgió del encuentro de Cochabamba en 1989. Tiene su sede en Nueva York y desde ahí intenta coordinar el intercambio y la información sobre la producción. Aspira también a actuar como distribuidora en el mercado norteamericano y europeo.

- **Red de Video Pastoral Latinoamericano.** Esta surge en febrero de 1989 y se orienta a los videos de instituciones eclesíásticas.

- Finalmente, motivado por el Quinto Centenario, el ICE (Instituto de Cooperación Iberoamericana) proyecta la creación de una videoteca latinoamericana antes de 1992.

Un obstáculo al intercambio regional

Los intentos de redes regionales de difusión se han visto limitados por la existencia de distintos sistemas para la codificación de la señal color en los países latinoamericanos.

A nivel internacional existen actualmente dos normas técnicas de televisión comúnmente conocidas como 60 Hz/55 líneas y 50 Hz/625 líneas. A esto se agrega que los países ha adoptado distintos sistemas en la codificación de la señal color: NTSC, PAL y SECAM.

En América Latina, con la excepción de Uruguay y Argentina, casi todos los países adoptaron el sistema norteamericano NTSC. Argentina y Uruguay adoptaron el sistema alemán PAL. Brasil, en cambio, utiliza el sistema PAL M y el sistema NTSC.

Esta situación obliga a la transcodificación en el intercambio entre subregiones. Transcodificación que en general implica un alto costo, pues suelen ser sólo las emisoras televisivas o centros técnicos especializados los que cuentan con equipos conversores de normas y/o transcodificadores de sistemas señal-color.

Capítulo seis:

Organización de los videastas del EAL

A VEINTE AÑOS DE VIÑA DEL MAR

Hasta 1987 hubo encuentros parciales de coordinación entre videastas e instituciones, especialmente entre quienes utilizaban el Video en la educación popular.

En diciembre de 1987 se inició una dinámica de organización con importantes repercusiones en el Video latinoamericano. Ese año, un grupo de videastas, de manera informal, aunque representando a diversas experiencias, se reunieron en el marco del IX Festival Internacional de Cine, Video y Televisión de La Habana, redactando una Declaración fundacional. Esta es reconocida como fundacional por la pluralidad de experiencias que participan en el movimiento.

Su sugerente título: "A VEINTE AÑOS DE VIÑA DEL MAR: Por el Video y la Televisión latinoamericano", la relaciona con la historia audiovisual del subcontinente.

En 1967, en la ciudad balneario de Viña del Mar, en Chile, se reunieron los cineastas del Nuevo Cine: se constituía ahí de manera autoconsciente el Movimiento del Nuevo Cine Latinoamericano. Fue esa una primera extensión al mundo de nuestra mirada: una intensa mirada al ritmo de la hoy polémica década de las flores, de las barricadas y de las utopías. Luego en nuestros países hubo oscuridad, tristeza y dictaduras.

Sin embargo, pese a todo y lentamente continuó la práctica audiovisual. La producción de imágenes electrónicas de los años ochenta -pre-texto vital de la declaración de 1987- es ruptura y continuidad con el pasado del Nuevo Cine. 20 años es poco y es mucho tiempo.

Es ruptura, porque es otra la tecnología, otros los espacios de acción, otra la diversidad de experiencias, otra la forma de entender su inserción en la sociedad, otros los estilos creativos. Es otra la Historia, son otros los tiempos.

Es Continuidad, porque la tesitura de liberación de las imágenes -en palabras de Octavio Getino, protagonista de ambos movimientos- es la misma. Ayer con el cine y en los noventa con el Video, con la televisión y el propio cine, se trató y se trata de construir y extender espejos culturales.

Es bueno insistir en esta ruptura y continuidad de la práctica audiovisual en la región -en cine, Video o Televisión- pues al asumirla como Historia nos oponemos a una tendencia que hace competir absurdamente al Cine con el Video. Actitud absurda incapaz de reconocer la diferencia y especificidad de ambos medios y su complementariedad en la común vocación de todo creador

audiovisual: narrar sus sueños a través de la luz.

En fin, el título de la Declaración de 1987, "A veinte años de Viña del Mar...", es como decir -en letra de tango- que veinte años no es nada, feliz la mirada.

La declaración fue suscrita por diecinueve videastas representantes de instituciones e investigadores, de Chile, Bolivia, Brasil, Argentina, Nicaragua, Cuba, Perú, México, Ecuador y Uruguay.

Esta resume la ubicación histórica del nuevo quehacer audiovisual en la conjunción de dos variables. Por un lado, en la innovación tecnológica de las comunicaciones y su ambigüedad intrínseca: instrumento de influencia ideológica transnacional y a la vez factor de ampliación de las posibilidades de comunicación regional. Por otro, en procesos de apertura democrática o en autoritarismos que enfrentaban a los movimientos sociales.

En ese marco -según la declaración-, se desarrolla una diversidad de experiencias en el uso del video en la sociedad civil organizada e intentos de renovar la televisión. Todas con una común vocación de cambio y profundización e los procesos democráticos en la comunicación social y en el conjunto de la sociedad. Estos fundamentos serán reiterados en la mayoría de las reuniones y encuentros posteriores.

Como propuestas de acción el documento recomendaba:

- Fortalecer la investigación y reflexión sobre la actividad audiovisual en función del desarrollo y cambio democrático de los países latinoamericanos.
- Incrementar la información sobre producción y circulación de Videos para la televisión y la comunicación popular, y sus interrelaciones con la televisión y el cine.
- Promover la organización de videastas e instituciones a nivel nacional y regional.
- Fortalecer la capacitación técnica y de recursos humanos para la producción y circulación de Video y televisión.
- Desarrollar el conocimiento e intercambio en el campo de la tecnología.
- Establecer relaciones de cooperación con organismos internacionales.

De ahí en más se sucedieron uno tras otro los encuentros. En esta dinámica se han ido diferenciando eventos con características distintas, aunque complementarias.

La segunda declaración de los videastas en el festival de La Habana, en 1988, fue la primera en reconocer la diferencia entre los encuentros autoconvocados por el movimiento y el espacio natural de reunión que se daba en el festival audiovisual

latinoamericano.

En las resoluciones del encuentro de Cochabamba, en 1989, se delimitan explícitamente tres espacios de coordinación:

- los Encuentros latinoamericanos de Video, anuales y autoconvocados por el propio movimiento;
- un espacio de interlocución permanente de los realizadores en el Festival de La Habana, además de la interlocución permitida por otros festivales;
- y seminarios u otras reuniones sobre ámbitos específicos y con un relativo alcance regional.

1) Cronología de los principales hitos en la coordinación latinoamericana

1988

- **Seminario "El Video en la Comunicación Popular"**, Montevideo, Uruguay, marzo. Este tuvo como eje de reflexión el uso del video en la autopromoción popular y en él participaron representantes de instituciones de Chile, Brasil, Bolivia, Argentina, Perú y Uruguay.

- **Primer Encuentro Latinoamericano de Video**, autoconvocado, abril, Santiago de Chile. El encuentro culminó con el Manifiesto de Santiago suscrito por 98 participantes de Chile, Bolivia, Brasil, Argentina, Perú y Uruguay. El propio evento se autodfinió como el Primer Encuentro latinoamericano y entre sus recomendaciones convoca al Segundo Encuentro. En el mismo se inauguró una dinámica de trabajo que articula el debate, la reflexión y el visionado.

- **Seminario "Experiencias de Video en América Latina"**, octubre, Quito, Ecuador. En él participaron 30 representantes de Bolivia, Colombia, México, Ecuador, Costa Rica, Chile, Argentina, Brasil, Uruguay y Venezuela. En Quito se propuso a Cochabamba como ciudad sede del segundo Encuentro Latinoamericano de Video en 1989.

- **Seminario "Video, comunicación popular e intercambio tecnológico"**, agosto, San José, Costa Rica. El evento culminó con la "Declaración de San José" suscrita por 86 participantes de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Uruguay.

- **Encuentro de realizadores de Video, X Festival de La Habana,**

diciembre. Esta reunión dio lugar a la segunda declaración de La Habana: "Video Latinoamericano: Avances y Desafíos".

1989

- **II Encuentro Latinoamericano de Video**, autoconvocado, Cochabamba, Bolivia, junio. En el evento participaron 173 representantes de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Nicaragua, paraguay, Perú, Uruguay, Bolivia, México y Panamá, más asistentes de Estados Unidos y Canadá, y se visionaron 177 videos. En forma unánime la plenaria suscribió la Declaración de Cochabamba y designó a la ciudad de Montevideo, Uruguay, como sede del III encuentro latinoamericano, en 1990.

- **Encuentro de realizadores XI Festival de La Habana**, diciembre. Fruto de este intercambio nació la tercera declaración de La Habana, aunque con menor participación que en los dos años anteriores. En esta hay polémicas afirmaciones que contradicen la declaración de Cochabamba e incluso la precedente declaración de La Habana (tema que trataremos más adelante), sin embargo en lo sustantivo hace una convocatoria de continuidad hacia Monte-Video 90.

- **III Encuentro Latinoamericano de Video**, agosto de 1990, Montevideo, Uruguay. Montevideo 90 culminó con la Declaración: "Contenido y Marco de Acción del Movimiento Latinoamericano al inicio de una nueva década". Esta fue suscrita por los doscientos cincuenta (doscientos de 11 países de la región, uruguayos y algunos invitados de Europa y América del Norte) delegados a la reunión.

En Montevideo 90 se marcó un hito en la coordinación del movimiento latinoamericano, aunque un hito contradictorio. Por un lado, tuvo importantes logros: un Taller de capacitación en fotografía y cámara; la primera Muestra Itinerante del Video Latinoamericano (de 14 horas), cuya selección fue el principal esfuerzo de visionado en la reunión; la participación de directivos de televisoras europeas y organismos de cooperación que dialogaron con los productores sobre co-producción, mercado y solidaridad; y una masiva muestra de videos en los barrios y organizaciones del país. Por otro, un balance muy polémico: de hecho en su desarrollo hubo percepciones distintas entre las delegaciones sobre la "política" interna de la reunión y más tarde críticas negativas (sobre esta polémica nos extenderemos más adelante).

Montevideo 90 acordó delegar a la Asociación Brasileña de Video Popular (ABVP) la realización del IV encuentro en 1991, en

Sao Paulo, Brasil, y a Perú la realización del V encuentro en el simbólico Cuzco, en 1992. (El IV encuentro de Sao Paulo fue suspendido por los propios brasileños en abril de 1991, trasladándose la sede del mismo a 1992 en el Cuzco. No hubo encuentro latinoamericano en 1991, aunque la ABVP organizó una reunión extraordinario con invitaciones especiales por país a efectos de discutir sobre el momento crítico que después de Montevideo 90 vive el movimiento).

- **Seminario de Evaluación del Instituto para América Latina (IPAL)**, mayo de 1991, Lima, Perú. IPAL surgió en 1986 como un centro para el apoyo a las prácticas de comunicación alternativa en la región. En 1991 se invitó a delegados del video latinoamericano de siete países de la región a evaluar y reorientar la experiencia.

IPAL, a partir de un análisis crítico de su pérdida de relación con las experiencias más productivas del video latinoamericano, redefinió sus objetivos en dos ejes de acción:

- Información y Comunicación para el video, el cine y la televisión latinoamericana: Bancos de datos, catálogos, directorios, seminarios, publicaciones y la revista Video-Red del video latinoamericano.

- Capacitación especializada a los videastas de la región y capacitación a capacitadores.

En la reunión de evaluación se decidió terminar con la videoteca latinoamericana.

2) Principales polémicas en las jornadas de coordinación regional

El documento de Cochabamba en 1989 se refirió a cuatro contenidos consensuales que son los fundamentos del movimiento: uno, la vocación democrática de estas experiencias audiovisuales; dos, la valoración de la pluralidad y la diversidad; tres, la plena autonomía; cuatro, la voluntad de integración regional.

Sin embargo, ese consenso es resultado de algunos disensos que corroboran la pluralidad del movimiento.

A) POLEMICAS ORGANIZATIVAS

En Cochabamba esta polémica apareció en toda su complejidad y se expresó en dos niveles interrelacionados: el carácter del proceso organizativo y el estilo de la autonomía del movimiento.

¿Un movimiento instituyente o una organización constituida?

Antes y durante el encuentro de Cochabamba hubo un intenso debate sobre centrar o no el evento en la creación de una organización continental de videastas como culminación de los esfuerzos de coordinación precedentes. La propia convocatoria planteaba tal organización como objetivo.

Los argumentos de los promotores de una organización continental se fundamentaban en la necesidad de enfrentar la capacitación, el intercambio, la circulación y la relación con el exterior a partir de una representación orgánica común.

La mayoría, que terminó objetando una organización continental, en su argumentación daba prioridad a los procesos de articulación nacional -débiles, cuando no inexistentes- y, en consecuencia, en el error que significaría construir superestructuras sin base de sustentación. (Los argumentos de esta polémica se encuentran en revistas y documentos del movimiento).³⁸

La iniciativa no fructificó y la declaración de Cochabamba expresó una fórmula transitiva: "Es una tarea delinear el perfil de una organización continental", pero "la prioridad de hoy es la organización de asociaciones o coordinaciones nacionales".

Con todo, tras esta polémica hay una más profunda. ¿Los procesos de organización de movimientos deben buscar formas orgánicas constituidas -valga la redundancia- y con fines pre-establecidos, o son procesos abiertos en cuanto a formas y fines? Esta pregunta puede también plantearse como la diferencia entre un proceso organizacional constituyente o bien uno instituyente.

Esto que parece abstracto tiene ecos muy concretos en un proceso de organización.

En el modelo organizativo constituyente se aspira a orgánicas y programas y ese es el leit motiv de toda unidad, sea nacional o continental. Mientras en el modelo instituyente no se da prioridad a orgánicas permanentes, sino, en el tiempo, a procesos y espacios de articulación a partir de referencias comunes; por lo que se aspira sólo a instituir distintas formas de relación.

La experiencia de movimientos culturales caracterizados por la diversidad y con origen en circunstancias históricas concretas, indica que los intentos constituyentes pueden terminar en lo opuesto a lo buscado, o en la pérdida de la convocatoria, pluralidad y potencialidad. Por contrario, el riesgo eventual de una concepción siempre instituyente es la dispersión de los

³⁸ Sobre esta polémica ver: Informe Encuentro de Cochabamba, 1989; Documento "La Organización de los Videastas, Manuel Calvelo; RED, junio 1989, Alfonso Gumucio.

actores culturales.

De ahí entonces la complejidad e interés de un debate que, sin volver a manifestarse con fuerza, continúa presente. De hecho, un argumento usado por la ABVP para la suspensión de Sao Paulo 91 fue la necesidad de articular una comisión regional capaz de organizar el IV encuentro. Tras la demanda podría estar el argumento de una organización regional constituida.

¿Los roles de los encuentros?

Otra polémica organizativa no menos importante se relacionó con los tipos de encuentros. En La Habana en 1988 y en Cochabamba 89 se reconocen tres espacios distintos de coordinación. Sin embargo, hubo diferencias sobre el rol del encuentro de realizadores en La Habana y el rol de las reuniones autoconvocadas.

En Cochabamba la polémica se centró en si el evento de Santiago de Chile, en 1988, había sido o no el primer encuentro latinoamericano y, en consecuencia, si Cochabamba era el segundo.

La delegación cubana reivindicó la importancia de las reuniones anuales en el festival de La Habana, mediante el argumento de una comprensión de equidad entre éstas y los encuentros autoconvocados. En cambio, la delegación chilena, sin negar la importancia histórica de los festivales como espacios naturales de reflexión, de mercado y de relaciones, insistió en la mayor amplitud -por la presencia de realizadores, productoras, investigadores e instituciones- y en el carácter abierto de los encuentros autoconvocados.

Como "sello" de esta polémica, la declaración final de Cochabamba, igual que en el debate anterior, recurrió a una fórmula transitiva: No denominó a Cochabamba como el segundo encuentro y en la convocatoria a Monte-Video para 1990 eludió el calificarlo como tercer encuentro (nominaciones que resultaban naturales). Pero sí definió con precisión el rol de uno de esos espacios: "Todos los acuerdos y avances organizativos y de contenidos serán resueltos en los encuentros anuales autoconvocados por el propio movimiento".

En oposición a esta definición, en la reunión de La Habana, seis meses después, fue redactado un documento que en el hecho reanimó la polémica.

La declaración de La Habana de 1989 estableció que es en el festival anual, "como espacio de reunión permanente", donde se discuten "los problemas generales y estratégicos del Movimiento". Mientras que a los encuentros autoconvocados los define como "Eventos Intermedios". Estas resoluciones, contradictorias con acuerdos precedentes, fueron debatidas en Montevideo 90. Ahí finalmente, sin mayores disensos, se explicitó la preeminencia de

los encuentros anuales autoconvocados y se acordó numerar a los encuentros desde Santiago de Chile, I, Cochabamba, II, Montevideo, III, proyectándose además los próximos.

Otra vez este debate fue la expresión de otro: el tema de la autonomía.

B) POLEMICAS SOBRE EL CARACTER DE LA DIVERSIDAD

Aunque es compartido el signo plural y diverso del Video, la diversidad se comprende de distinto modo.

Por ejemplo, en cuanto a líneas de producción, es materia de polémica la tendencia a sobrevalorar el Video-Proceso o Popular en desmedro del Video-Producto y en especial del Video-Arte, o viceversa.

Es polémico también el standarizar prácticas de poco rigor profesional como el común formato productivo del Video latinoamericano o viceversa.

Respecto a la diversidad de géneros es tema de debate una tendencia a instituir el testimonial ideológico como el género por excelencia, o bien cualquier otro género o subgénero.

Finalmente, la diversidad de espacios de difusión y distribución es causa de polémica. Algunas instituciones ven la diversidad sólo en los ámbitos de difusión alternativa o en el más masivo caso en emisoras televisivas comunitarias o culturales. Otras, en cambio, en el hecho excluyen los circuitos de difusión socio-educativos, priorizando por el mercado y la industria cultural.

Sobre estos tópicos ha habido una constante tensión reflexiva, aunque pocas voces han explicitado un discurso unilateralizador del quehacer.

El conjunto de aspectos de esta polémica se relaciona con la historicidad de esta práctica audiovisual (por lo que en el capítulo nueve volveremos sobre ella), y es tan profunda que ella explica el momento crítico que pos Montevideo 90 vive el movimiento: crisis reflejada en la suspensión de Sao Paulo 91 y en la convocatoria a una reunión extraordinaria en Río de Janeiro.

Se trata de una crisis histórica y de cuya resolución depende la continuidad organizativa del movimiento o la dispersión o diferenciación de tendencias. De ahí que en una periodificación hay que consignar a 1990 -el inicio de una nueva década, según dice la propia declaración de Montevideo 90- como un año clave que abre un nuevo período o cierra un movimiento, al menos con las características que tuvo hasta esa fecha.

La Reunión Extraordinaria de Río de Janeiro

La ABVP convocó a esta reunión para responder a la crisis detonada una vez que autodecidió suspender el IV encuentro, cuya realización le había mandatado la plenaria de Montevideo 90.

La reunión de Río de Janeiro se proyecta como un balance histórico para el diseño de una continuidad futura. Se podrá discutir el criterio de la ABVP respecto a su decisión de una reunión extraordinaria y restringida a algunos países y delegados (Chile, Bolivia, Uruguay, Brasil, Perú, Cuba, Argentina, Ecuador y Colombia), en vez de discutir el futuro en un encuentro ampliado; pero es inequívoca la necesidad de un espacio para la reflexión política.

¿Por qué se llega a una reunión extraordinaria?

Porque con posterioridad a Montevideo 90, en Brasil y Perú, por ejemplo, hubo artículos de opinión -escritos por directivos del movimiento- con críticas lapidarias al énfasis de Montevideo en un Video orientado a la industria cultural, en desmedro del Video-Proceso o Popular. Así se expresaba la polémica por la comprensión de la diversidad del Video regional.

Hasta 1990 -por causas históricas- hubo una hegemonía de experiencias populares -en el sentido de su nexos con el mundo social organizado- en el uso del Video. En Montevideo 90, por primera vez, hubo espacio hegemónico para el Video-Producto de productoras profesionales que buscan insertarse en los circuitos industriales de la cultura audiovisual.

La propia declaración de Montevideo 90 expresa esta complejidad en la comprensión de la diversidad intra-movimiento.

La resolución problematiza los desafíos y menciona entre ellos a la unidad del movimiento: como desafío el lograr la unidad de la diversidad y su articulación.

La resolución también definió como tensión la doble búsqueda de inserción del Video en el Espacio Audiovisual: por un lado, en la sociedad civil o mundo popular; por otro, ingresar a los circuitos industriales que abre la innovación tecnológica y los nuevos contextos políticos.

Finalmente la declaración de Montevideo 90 determinó el tema del IV encuentro: "La consolidación y Ampliación del Espacio Audiovisual Latinoamericano", pensando en ampliar el Video a la industria Audiovisual y en consolidar su presencia en la sociedad civil. Así como recomendó a Sao Paulo 91 un stand de comercialización y la participación de emisoras televisivas y productoras profesionales.

La polémica frente a esta tensión real, aunque mal comprendida, estaba abierta y debía enfrentarse con seriedad. Incluso el propio encuentro de Montevideo en los pasillos y en maratónicas jornadas nocturnas se debatió extraoficialmente sobre la comprensión de la diversidad.

La ABVP no hizo otra cosa que procesa este problema y convocar a una reunión extraordinaria para evaluar la historia de los encuentros, para debatir sobre qué es diversidad, qué es ampliación del Espacio Audiovisual Latinoamericano y cuáles son los desafíos y perspectivas.

De ahí entonces la importancia de una reunión extraordinaria que deberá resolver una crisis histórica; crisis expresada, junto a otras manifestaciones, en la tensión entre productores profesionales orientados a la industria cultural y capacitadores y educadores que en el mundo popular hacen Video- Proceso, o en la tensión entre países donde, según su historia, hegemoniza una u otra área de producción.

De los contenidos que emanen de Río de Janeiro saldrá un movimiento fortalecido o no y la forma y tema del Cuzco 92, el IV encuentro.

3) Logros inmediatos de los encuentros

El encabezado se refiere a logros inmediatos, porque la importancia de los encuentros en el largo plazo radica en la posibilidad de autoconciencia del movimiento.

Por ahor, veamos tres logros inmediatos:

A) CAPACITACION

La relativa complejidad de la tecnología video y del quehacer audiovisual exige un esfuerzo de capacitación permanente. La fotografía y cámara, el sonido, la mantención de los equipos, la edición electrónica en islas simples o computarizadas, la animación electrónica, son requerimientos de capacitación técnica. El guionado, la producción, la continuidad, la difusión y la distribución, las nuevas tecnologías, son requerimientos conceptuales. Todos, además, deben ser concebidos en función de una u otra línea de producción.

Pues bien, desde el primer encuentro regional se destacó la capacitación como una necesidad. Más aún, cuando en la educación formal (universidades e institutos superiores) de la región, son pocas las posibilidades de formación práctica en estas tecnologías.

En 1989, IPAL efectuó un diagnóstico cuantitativo sobre las necesidades en el área que abarcó a 62 instituciones y productoras de 13 países.

El 98% de los encuestados manifestó interés por la capacitación: 69% en guiones, 63% en producción y realización, 32%

en edición, 28% en computación, 20% en audio y 19% en cámara.³⁹

Como resultado de esta constatación y fruto del intercambio gestado en los encuentros, IPAL, en 1989, realizó dos talleres de capacitación: Guiones para Videos y Televisión y Realización para Video y Televisión, ambos conducidos por profesionales de la Red Globo de Brasil.

En mayo de 1990, IPAL ofreció otro taller sobre Video y animación computacional.

En marzo de 1990, el Centro El Canelo de Nos, en Chile, con el auspicio de Video Tiers Monde de Canadá, efectuó una jornada de capacitación en sonido.

En agosto de 1991, en Montevideo, Video Tiers Monde organizó un taller de Fotografía y cámara.

En agosto de 1991 IPAL, con el auspicio de Crocevia, organizó un taller de guiones y en noviembre un Taller de Dirección de Actores.

Un lugar especial en la capacitación audiovisual, corresponde a La Escuela Internacional de Cine, Televisión y Video de San Antonio de los Baños, La Habana, Cuba. Esta cuenta con un staff de 30 realizadores-pedagogos de distintos países. De la escuela han surgido muchos de los jóvenes realizadores que participan del movimiento de video latinoamericano.

B) CO-PRODUCCIONES

A partir de los encuentros han surgido iniciativas de co-producción entre productoras de la región. Antes mencionamos la serie televisiva Visión Latina, gestada en el festival de La Habana.

Más cerca en el tiempo, la serie SOUTH de Channel Four de Inglaterra y producida por el Video Latinoamericano cuenta con una co-producción entre Santoro y Festa de Brasil, CEMA de Uruguay y Nueva Imagen de Chile.

Además de estas co-producciones de alcance regional, los encuentros han posibilitado co-producciones en cada país y la colaboración técnica y de archivos de imágenes.

C) COMPRESION DEL DESAFIO DEL AUTOFINANCIAMIENTO

En Cochabamba se reconoció una crisis de la fuente de financiamiento tradicional de las productoras e instituciones con origen en la comunicación alternativa. Sobre esta misma crisis de financiamiento se profundizó en Montevideo y hubo un diálogo

³⁹ idem nota 16.

abierto con los representantes de organismos