

TESIS DE GRADO

EL VIDEO EN AMERICA LATINA:

Actor innovador del Espacio Audiovisual

PROFESOR GUIA : LUIS OCHOA BALLESTEROS

POSTULANTE : HERNAN DINAMARCA



ESCUELA DE PERIODISMO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
Y TECNICAS DE LA COMUNICACION
UNIVERSIDAD DE CHILE

Santiago, junio de 1990

EL VIDEO EN AMERICA LATINA:

Actor innovador del Espacio Audiovisual

Hernán Dinamarca

INDICE

PROLOGO.....	
INTRODUCCION	
EL VIDEO: El hijo pródigo del Espacio Audiovisual.....	
Capítulo uno	
EL ESPACIO AUDIOVISUAL:	
La liberación de la luz y las innovaciones tecnológicas.....	
Capítulo dos	
EL VIDEO:	
Actor innovador del Espacio Audiovisual (EA).....	
Capítulo tres	
El Video latinoamericano y el EA mundial.....	
Capítulo cuatro	
Génesis histórica de este nuevo actor en el EA latinoamericano.....	
Capítulo cinco	
Quiénes producen, país por país.....	
Capítulo seis	
LA DIVERSIDAD:	
El signo del Video latinoamericano.....	
Capítulo siete:	
ORGANIZACION DE LOS VIDEASTAS DEL EAL.....	
Capítulo ocho:	
HISTORICIDAD DE LA PRODUCCION:	
Los primeros pasos, Democracia y diversidad, Democracia y múltiples iniciativas legislativas.....	
Bibliografía:.....	
Anexo I: revistas especializadas	
Anexo II: Documentos del Movimiento de Video	
Notas y referencias bibliográficas	

PROLOGO

A manera de prólogo: dos aclaraciones metodológicas, la tesis y motivo de la investigación y los agradecimientos a quienes colaboraron en su desarrollo.

El trabajo es sobre el Video en América Latina. Sin embargo, como primera opción metodológica el eje de la reflexión es Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Perú y Uruguay. Estos países, junto a Cuba, han venido participando activamente en las dinámicas organizativas de los videastas. Además, coincidiendo con lo anterior, presentan una mayor incidencia del Video como acción comunicacional innovadora en el Espacio Audiovisual. Por lo mismo, son mayores las fuentes de información.

Segundo, nuestro objetivo ha sido expresar la diversidad de los videastas que participan de las dinámicas de integración regional. Diversidad que, en gran medida, representa a las grandes líneas de producción audiovisual en Video. Con todo, la real variedad del Video en América Latina supera a los énfasis del trabajo. En especial, en el género y Área de producción Video-Arte y en el caso de algunas productoras independientes con más tiempo de inserción en la industria televisiva.

La propia tesis de la investigación valora la diversidad de experiencias en Video y la importancia de su extensión geográfica. Pues, el motivo para reflexionar y sistematizar la información es la certeza del rol innovador y democratizador de la pluralidad del Video en la circulación del software audiovisual regional.

Finalmente, la investigación fue posible gracias a la colaboración de los propios realizadores en Video de América Latina. En especial, de los amigos de la productora uruguaya CEMA, con quienes durante dos años compartí una vital actividad profesional. Asimismo fue importante el debate y las conversaciones en el marco de Encuentros Latinoamericanos de Video y seminarios.

Agradezco también a Diakonía, Suecia, por su contribución a la realidad de este trabajo.

La responsabilidad de los contenidos es totalmente del autor.

Santiago de Chile, primer semestre de 1990

INTRODUCCION:

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, negra oveja 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 la aurea mágica y romántica de los hijos pródigos no existe, sino cada hombre y mujer es posibilidad en su devenir.

El relato es bello, y hoy, a manera de juego afectivo, acudo a esa memoria al comenzar a 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 un 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 a la discutida 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 **video cassette** 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 ante cualquier autoritarismo, 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 la acción comunicacional que, mediante un equipo básico, integrado por una cámara electrónica, un magnetoscopio y un monitor, revolucionó la producción en la industria de la Televisión y, en lo fundamental, ha logrado 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.

Que 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 insista, 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 el video es un complemento del cine.

O en otras situaciones su ambigüedad logra que los jóvenes sólo usen la expresión al grabar en video el videoclip 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 participatoria 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 su derecho a ocupar un lugar en las emisoras televisivas con sus mensajes innovadores y gestores de identidad cultural.

-Realizadores audiovisuales independientes pueden ahora aspirar con cierta viabilidad a canales de distribución masivos, además de 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 individual, doméstico y cotidiano, los sectores sociales medios y altos, primero consumen un videograbador para ver en las noches y en las tardes dominicales las películas obtenidas en los videoclubes que alquilan videocassetes, o bien para grabar el buen programa televisivo emitido a una hora poco propicia, y después, con la llegada del turismo o motivados por una fiesta, la cámara VHS (formato doméstico) adquiere carácter de nuevo bien de uso y de juguete pródigo del hogar.

Una pesquisa realizada en 1983 por el diario Folha de Sao Paulo, Brasil, confirmó que los usuarios adquirirían equipos domésticos en el 88 por ciento de los casos para ver films, en el 64 por ciento con el objeto de grabar un programa de la televisión y sólo el 24 por ciento se inclinaba por las autograbaciones.

-Los educadores del sistema de enseñanza formal insisten en sus posibilidades como videograbador-reproductor de clases, agiornando así su tarea a la simbología icónica a que están

acostumbradas las actuales generaciones. Y los profesores más noveles aspiran además a una cámara VHS y un económico monitor que, junto al magnetoscopio doméstico, actúe como 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 empresas cuentan con infraestructura tecnológica productiva y reproductiva que les permite autonomía en la gestión del instrumento. En Brasil, por ejemplo, Volkswagen, Mercedes Benz, el Banco Itaú, Xerox, Petrobax, entre otras, cuentan para satisfacer sus necesidades internas con sofisticados estudios de video. Cuando no las mismas grandes empresas, u otras menores, en toda América Latina, constituyen un rentable agente demandante para las productoras profesionales de Video, al utilizar imágenes electrónicas en la capacitación interna del personal, en la comunicación intergrupal 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 y promocionar su actividad, es también una tendencia creciente el uso del video como aparato privilegiado en la comunicación inter-institucional.

-La industria del turismo usa el instrumento como videograbador-reproductor, en casi todo largo viaje en omnibus, tren o avión, para amenizar a los entre eufóricos y somnolientos pasajeros con un liviano filme. Asimismo, en el inicio de cada viaje, 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 prodigo, ninguno como el logrado por las productoras de cortos publicitarios que han transformado los antiguos "reclames" 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 financiador, 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 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 la presencia de un profesional, al estilo de la exitosa serie televisiva norteamericana "Max Headrow"), posibilitando incluso transmisiones en vivo vía microondas.

Como se lee, no es difícil una larga 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 que 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, mediante la capacitación a sus fotógrafos para registrar ahora cámara al hombro las movilizaciones o reuniones de virtuales opositores. Y 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 eventuales usos de las nuevas tecnologías de producción y transmisión audiovisual, ni a materias como el derecho de autor y otras. Más allá del copiado pirata 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 del

satélite. O como en Iquitos, Perú, donde sus doscientos mil habitantes ven la televisión vía cable creada por un ciudadano canadiense (cual emulador en la industria audiovisual del Fitzcarraldo creado por el cineasta alemán Werner Herzog), 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, con mirada "objetiva", ve en el video grabador doméstico un competidor del cine, que no sólo inhibe la magia de la gran sala oscura, sino además desvirtúa la resolución en pantalla del rostro de su actor o actriz favorita (olvidando que el video en alta definición es hoy de igual resolución a la imagen en celuloide). O bien, el mismo crítico, con mirada explícitamente ideológica, denuncia a la oveja negra por la proliferación de video clubes atiborrados de videocassetes portadores 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 los 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 real e integralmente 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 étnias o grupos sociales subordinados.

En fin, esta desordenada 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, en especial, el potencial de posibilidades 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 una útil palabra o juego de palabras omnicomprendivas, 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 participatoria; 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. 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 signado 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 las imágenes, cual espejos mágicos de la mágica y contradictoria aventura humana.

Capitulo 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)

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 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 gestión del medio televisivo, en una región en que la televisión desde su origen fue definida como servicio público; 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.

Sólo en 1980 se crearon cuarenta emisoras abiertas privadas, sin contar a la TV via cable.

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. Hasta esa fecha Europa importaba la mayor parte del software de 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 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, en los niveles nacionales y regionales o en el nivel 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 -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 resume el objetivo educacional de la Escuela: formar "Telecineastas": realizadores y técnicos capaces de hacer Cine, Televisión o Video, indistintamente. Además así expresa el sentido histórico de la reproducción visual, 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 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 "Serbis 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 imaginaria 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 duplicador de la visión. Tan atractivo resultó el nuevo invento que, entre otros usos, los "magos" le utilizaron para divertir a la aristocracia en sus ratos de ocio.

Giambattista 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 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 representan 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 mucho 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 descubrirse 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 sentidos.

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 un 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 la primera televisión un subsistema técnico lograba una imagen electrónica a partir de un referente de la realidad (toma en directo). El único montaje secuencial era la unión de las imágenes registradas por distintas cámaras, añadiendo así a lo denotativo una connotación narrativa. Un segundo 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 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 idea de un específico televisivo en lo que ha lenguaje se refiere (la toma y retransmisión en directo), quedaría por lo menos como una reflexión parcial, sino 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 el mercado y en la producción y transmisión televisiva el primer magnetoscopio o videotape, modelo VR 8.000, en blanco y negro.

Este nuevo instrumento -el video- permitirá 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 reproducidos, 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 videos de rock" (9). A tal clasificación en periodos hay que agregar, 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 **supermontaje 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. Su única singularidad 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.

Sólo 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 las 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, y 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 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 TECNOLOGIAS

En la actualidad es consenso considerar a "los medios de comunicación masiva, las telecomunicaciones y la informática como un solo 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, uno 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 en 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:

- 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 solo 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 videocasette.

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. No obstante, la paralela proliferación de emisoras 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.

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 satélites DBS.

En Europa se ha estimado que en el año 2.000 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. 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.

Europa con su HDTV (Hight 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 1995 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 un eventual incapacidad de recepción por los monitores "tradicionales".

Políticas reguladoras en Europa y Estados Unidos

En Europa la Comunidad Económica ha asumido una activa política de regulación sobre estas materias audiovisuales.

1988 fue declarado el año europeo del cine y la televisión. Ese año se creó EURIMAGES, un fondo común de ayuda a la producción y distribución de obras audiovisuales y las grandes televisiones públicas del continente se asociaron para competir con los nuevos empresarios privados.

En octubre de 1989 terminó de ser aprobada por la Comunidad la Directiva sobre la "TV sin fronteras". Esta estipula en lo fundamental que las emisoras transnacionales deben contener un porcentaje mayoritario de producción europea, y asimismo convoca a favorecer en la programación a la producción independiente.

Por su parte, en Estados Unidos, la regulación ha tenido un sesgo curioso. Contrariando a la creencia común sobre la no regulación del sistema de mercado, en el país del norte hay normativa desde los años sesenta. Y ésta fue la primera que favoreció la descentralización productiva.

Una ley prohibió a las grandes emisoras producir por sus propios medios más de cinco horas de su programación como una forma de incentivar a las productoras independientes. En la actualidad las grandes emisoras (NBC, CBS y CBS), entre otros argumentos, culpan a esta ley por su debacle financiera. Lo temprano de esta regulación, motivada por la presión de las grandes productoras con tradición audiovisual cinematográfica, incidió en la supremacía de la programación norteamericana en el mercado internacional.

Masividad del video doméstico (VCR) en 1985 (Fuente Screen Digest)

Ese año habían 98 millones de magnetoscopios domésticos en el mundo, con un crecimiento porcentual anual del 43%.

Asia, 2.3 millones; Africa, 2.8, Europa, 27.6; Oriente Medio, 3.2; Extremo Oriente, 23.7; Oceanía, 2.8; América del Norte, 31.3; América Central, 1.9; América del Sur, 2.4.

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 y 2), México (Satélite Morelos), Pacto Andino (Satélite Condor y Bolívar -1993-), 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 ocho: "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 el número parabólicas llega 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.

Primera ambigüedad: Las innovaciones tecnológicas facilitan la concentración industrial de los procesos de producción y distribución; pero a la vez la desconcentración productiva y de difusión.

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 crear redes de TV cable, producción incluida vía equipamiento doméstico en video, y la industria cultural conoce de la inserción descentralizadora 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 participatoria u horizontal.

Cuarta ambigüedad: El Estado es desplazado de funciones de control y propiedad, cediendo ahora el control directo de sectores de las comunicaciones a grandes centros corporativo-empresariales; pero a la vez las sociedades democráticas exigen al Estado un renovado rol regulador.

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 participatoria o horizontal y en las industrias culturales o comunicación orientada al consumo masivo. (Sobre estos temas ver capítulo ocho: "Historicidad de la producción".)

Capitulo dos:

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

UN NUEVO ACTOR

El Video no es otra cosa que 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 icónicas 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 participatorias de comunicación audiovisual en interacción con procesos socio-históricos concretos.

Descubriendo una tecnología

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

En Perú, desde 1975 el Ministerio de Agricultura con el apoyo de la F.A.O. (organismo de las Naciones Unidas) venía impulsando un proyecto de Pedagogía Masiva Audiovisual para el campesinado. En 1975 aún no había video en la región, desarrollándose la experiencia 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- el instrumento 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. (13)

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 instantáneamente. (Hay cámaras profesionales -Betacam- y cámaras domésticas que integran en su tecnología el magnetoscopio, 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 y de tres cuartos de pulgada en U-Matic alta banda (high band). 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 es de tres cuartos de pulgada en U-Matic baja banda (low band). En América Latina este 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 Betacam 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 y produce y reproduce 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 videocassetes 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 semi-profesionales 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. (14)

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 recibir 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. (15)

VIDEO: ¿NUEVO MEDIO O SOLO SOPORTE?

Es ex profeso el Animo 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 videocartistas-. 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 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 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 ambos roles, 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 participatoria en el seno de los sectores populares, y al ser utilizado 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 participatoria.

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 participatoria

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 o 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 del siglo, cuando se organizan los primeros movimientos sociales -obreros, círculos de mujeres, estudiantes-, existen expresiones de esta comunicación. Lo nuevo de los años setenta 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. Además de la nueva y elaborada reflexión teórica, al ritmo del surgimiento de la ciencia de la comunicación y de escuelas universitarias en la disciplina).

Otros autores, en cambio, utilizaron un concepto más elástico y 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, en tanto heredera del sustrato teórico del Informe Mac Bride (ver capítulo cuatro: "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.

Con todo, 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 potenciarán 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 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 como 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 en la televisión.

En rigor, el rasgo específico que da el carácter de nuevo medio al Video, en tanto innovador del lenguaje audiovisual, se reconoce 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..." (16)

Tan profunda es esta innovación en el terreno del lenguaje que "hoy en la producción de imágenes electrónicas (televisión o video) tenemos que diferenciar entre **IMAGENES ANALÓGICAS** (tratadas o no digitalmente), que son aquellas habitualmente captadas por las cámaras y que, en consecuencia, poseen un referente en la realidad, y 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" (17).

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 toda la corriente llamada Video-Arte. (Ver capítulo seis: "La Diversidad: signo del Video latinoamericano").

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 (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 en forma incipiente comienzan a ingresar en las emisoras televisivas.

La TV en América Latina

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

En la mayoría de los países de la región la misma surge en los años 50: Colombia en 1954, Ecuador y Chile en 1959, Perú en 1958, Venezuela en 1952, Brasil en 1950, Uruguay en 1955.

Hasta la incorporación del video la tecnología 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.

Con independencia de los modelos de propiedad y gestión de las televisoras latinoamericanas en sus distintos periodos (en general basados en caricaturas del modelo de mercado de origen estadounidense y en otros casos en el modelo de Servicio Público europeo, aunque casi siempre combinados en forma híbrida), la norma ha sido el apoyo estatal directo o indirecto a las empresas que concentraron en su interior la esfera de la producción de programas y la esfera de la emisión.

Se ha tratado de una monopolización 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" (18).

En ese marco 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 telecomunicaciones. "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..." (19)

Esta situación de monopolio en la mayoría de los sistemas televisivos de América Latina ha inhibido la innovación cultural -según la expresión del investigador chileno Diego Portales-.

Recién en la última década, por ejemplo, en algunos países aumentó por sobre el 50 por ciento la producción de programas nacionales: pues siempre ha sido más rentable el importar enlatados. Claro que esta producción nacional, realizada por las propias emisoras, se ha caracterizado por la reproducción de modelos que provienen en especial de productoras norteamericanas y de géneros con un escaso esfuerzo productivo y creativo, salvo las exportables teleseries.

Nuevas emisoras y nuevos productores

Pero las circunstancias históricas que "justificaron" esas estructuras, han cambiado. Su mantención entonces es 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.

Las 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 tamaño de los equipos profesionales y de su costo, abren posibilidades inexploradas en materia de descentralización productiva" (20)

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: como es el caso de la pionera experiencia de Televisión de Trabajadores de San Pablo, Brasil, que gestionada por organizaciones sociales podrá emitir en esta banda.

Sin duda, estas posibilidades técnicas renuevan -al menos potencialmente- la industria televisiva regional. Las nuevas emisoras demandan y demandarán horas de programación; programación que, para posicionarse con éxito en un mercado de suyo 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 Chile, por ejemplo, en abril de 1990, se entregaron cinco licencias para canales UHF en la ciudad de Santiago. En el transcurso del año se deberían entregar otras seis. 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 a productoras independientes del país y de la región, más la compra de enlatados extranjeros. En general, éstas no asumirán la producción de software. Asimismo algunas han anunciado su interés en programaciones por géneros orientados a segmentos de la teleaudiencia.

Incluso en aquellos nuevos canales definidos como gestores de identidad cultural, también una parte de la producción audiovisual realizada por múltiples actores sociales (Video-Proceso) podría acceder a esos circuitos masivos de distribución. Más todavía, cuando las propias instituciones y organizaciones sociales que producen Video-Proceso comienzan a gestionar sus propias emisoras locales en banda UHF (por ejemplo, la ya mencionada experiencia de TVT de San Pablo y en Chile el Centro El Canelo de Nos, que en el nuevo contexto democrático aspira a un canal en la banda de baja frecuencia).

Las nuevas tecnologías de grabación en video han permitido 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 (un ejemplo exitoso, por su sello innovador en el género, es la serie documental-geográfica chilena "La Tierra en que vivimos").

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.

Además, éstas empresas y los productores independientes sobrellevan una desconfianza recíproca que impide fórmulas de intercambio productivo y comercial. "Una razón de la poca inserción de la producción independiente (a pesar de que la tecnología lo permite) en las emisoras televisivas es la mutua desconfianza (ideológica) que proviene de la época del Nuevo Cine latinoamericano" (21).

Otros obstáculos son la ausencia de políticas reguladoras en cuya gestación participen los distintos actores del Espacio Audiovisual, las debilidades técnicas, profesionales y conceptuales del propio movimiento de video latinoamericano y la ausencia de una racionalidad productiva ejecutiva entre las productoras profesionales independientes. (Sobre los dos primeros obstáculos ver el capítulo ocho: "Historicidad de la producción").

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 destacar otras realidades auspiciosas.

a) Videos en el espacio aéreo

Junto a la extensión de emisoras en banda 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 del movimiento 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 y canal 9 de televisión Peruana; y 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 las productoras profesionales, 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.

b) 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, fue la norma hasta hace una década. Este hecho generó una singular paradoja cultural: el principal vehículo de contenidos audiovisuales (la televisión, cuyo control de la emisión se encuentra en manos de empresarios locales o de los propios Estados) ha tendido a reproducir mensajes con poca presencia de la geografía y de la cotidianidad de los habitantes de América Latina.

Esta situación comienza a revertirse desde los años setenta al crecer algunas industrias televisivas 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 y productoras 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" (22).

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 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, sino 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 acriticamente 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 proveniente del exterior.

Más bien la posibilidad abierta 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%. Si se considera que 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, adquiere mayor relevancia la necesidad de acceder a los circuitos masivos de distribución de productos audiovisuales.

Además, nuevos marcos legales con origen en los procesos de recuperación democrática que desde mediados de los ochenta conoce la región, 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 uno de los ejes de discusión respecto a una nueva ley de televisión que reemplazara a la heredada del gobierno autoritario, es precisamente la descentralización regional y cultural hoy favorecida por las nuevas emisoras UHF y 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.

Asimismo una voluntad política distinta parece asomar en 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. En lo inmediato, el proyecto obtuvo el decidido respaldo de Argentina, Brasil, Cuba, Venezuela y México.

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 idiosincrasia 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 prestamos las palabras de Ortega y Gasset" (23).

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 Marshall Mac 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 nexo 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.

c) Democratización de los contenidos

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 triplicado: en 1986 se visionaron 140 programas y en 1989 un número cercano a los 500. 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.

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 3 por 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 alternativo 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 audiovisual 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 Teleanalisis, activo participante de esta eclosión del Video latinoamericano) aportó con cerca del 25 por ciento 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 del silencio de las pantallas.

Sin duda que el triunfo del No contra Pinochet en el plebiscito de 1988, contó con la participación de muchos de estos realizadores en Video, que así demostraron la capacidad profesional aprendida en su práctica de comunicación alternativa durante el gobierno militar. 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.

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 emisiones públicas a una masividad competitiva con la propia televisión.

En 1989 un Video uruguayo (realizado por la productora CEMA, también activa participante del movimiento de video), "La BCS 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. Video este demandado por televisoras comerciales, en atención a su calidad.

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, es otro desafío de igual interés insertarse, en forma innovadora, en el actual proceso de multiplicación de emisoras y de demanda de programas.

En definitiva en este proceso de transformaciones del EAL, son los productores del movimiento de 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 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 autoexigían 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.

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" (24).

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. (25)

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 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 versus el administrador de los recursos. 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. La parte financiera y comercial corresponde a sociedades anónimas o directorios.

En los industrias televisivas la figura del productor cultural sería el equivalente a la dirección de programación, 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. Claro que como en cualquier actividad humana, en su gestión 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 creativa, producción ejecutiva o producción, 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. (26)

(La figura del productor cultural ejecutivo que hemos delineado y que en el hecho viene conformandose 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).

Capitulo tres:

EL VIDEO LATINOAMERICANO Y EL ESPACIO AUDIOVISUAL MUNDIAL

UNA MIRADA LATINA

El Video latinoamericano en su doble carácter comunicacional, como medio y como soporte, es un eventual agente de inserción en la circulación internacional de programas y, así, con capacidad también 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 escasa presencia de su identidad en el espacio internacional. Como en otras esferas del intercambio humano, el comercio y difusión cultural de símbolos icónicos y sonidos ha 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 signo 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.

De ese periodo destaca la iniciativa en 1973 de la 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 incapaz de reconocer la diversidad de sociedades.

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, permitido por la sensibilidad política de la década de las flores, 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.

En el mercado internacional de programas audiovisuales la tendencia es a un aumento de la demanda, tanto por la multiplicación de emisoras como por el atractivo cultural del imaginario audiovisual.

De las quinientas mil horas de programas que circulaban a nivel mundial a inicios de los ochenta, en diez años sólo en Europa se pronosticaba su duplicación. De esas quinientas mil horas, doscientas mil provenían de Estados Unidos. Mientras que 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 en cuanto a 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 una eventual continuidad de su presencia 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 promueve 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 ICI (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 estas 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 dos últimas muestras **Input**, en Suecia en 1989 y en Canadá en 1990, 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 y 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 veta es de especial relevancia pues incide en el actual financiamiento de muchas productoras que se equiparon y operaron en un primer periodo 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 corresponsalia 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 incidan en la mirada de otros respecto a 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.

-Por último es importante destacar el vigor que empiezan a adquirir las co-producciones en cine y Video. Las fórmulas co-productivas son diversas: un equipo 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, ante su olvido para la mayoría de los gobiernos y ante 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 de 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 siete: "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 llevo 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 1

GENESIS HISTORICA DE ESTE NUEVO ACTOR EN EL PAL

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 periodo 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 periodo, 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 1989 desconocía experiencias comunicacionales en Video, salvo la práctica en publicidad.

Reconocidas esas diferencias cronológicas es posible distinguir dos periodos en sus aproximadamente diez años de vida:

-Periodo fundacional, desde finales de los años setenta hasta 1986;

-y Periodo 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 periodo, además de fundacional, se caracterizó por un recíproco desconocimiento entre los gestores de este nuevo quehacer. (Ver capítulo siete: "Organización de los videastas").

Por último, antes de sistematizar los distintos factores condicionantes, es importante 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 adonde 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 campesino, 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 mayoría de América Latina, parafraseando a Umberto Eco, en los setenta se integraron al nuevo medio, pues la tesisura 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" (27).

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 un 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-psicológica 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 alternativas" (28).

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, educativos o de autoexpresión.

Determinado por la peculiaridad de la recepción-fetiche 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-fetiché, los realizadores en Video han aspirado a la formación de receptores 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 receptores 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 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 adquiría 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 "Como 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 (29).

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 (30).

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 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 en 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 participantes 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, semi-profesional 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 económico y tecnológica se produce una eclosión de la actividad publicitaria.

En Chile -donde el modelo económico en mayor medida incentivó al sector-, en 1975 la inversión publicitaria

televisiva era de 7.100.000 dólares, mientras apenas seis años más tarde la misma subía a los 221.000.000. (31)

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 gratuitamente el uso de las salas 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 internacional sobre la comunicación de masas 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 desarrollado 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-ideológica 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 África con el principal país 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 África 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 no facilitaba la diversificación de actores estatales, privados y sociales en la emisión y producción industrial o no de contenidos comunicativos; diversificación que si 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 capítulos ocho: "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 como 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 participatoria 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 afluencia 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 pueblos dependientes. Ese fondo representa el 0.70% del producto Nacional Bruto de los doce países más industrializados y su contribución es aportada directamente por los trabajadores asalariados, países.

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". (32)

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, si bien es 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 propuesta de desarrollo de signo socialdemócrata, neoliberal u otro.

Otras agencias prescinden de esa 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 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 y Proceso 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 europeo 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.

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 -aunque desde ya afirmemos que el surgimiento del Video ahí también se relaciona con los movimientos populares- 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 (por lo mismo, la especificidad de Cuba será tratada en la reseña informativa por países).

Este breve resumen (que exime a Cuba y América Central, limitando el análisis a América del Sur) 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-régimenes 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'" (33).

Durante el autoritarismo no hubo cambios estructurales ni en la propiedad ni en la gestión de los medios (salvo el relativamente infructuoso proceso de privatización de la televisión chilena VHF al final del gobierno militar).

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 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 C&ora 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 receptores, 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 periodo 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 comunicaci3n, ya extendidos entre los profesionales j3venes y en sectores de los movimientos sociales, posibilitan m3ltiples formas de comunicaci3n popular o alternativa.

Esta nueva comunicaci3n en la base social no se ver3 como un simple instrumento agitativo o propagandístico. Tampoco como una simple respuesta con mensajes de cuño distinto a los de la comunicaci3n hegem3nica. Por el contrario, se ha tratado de una relaci3n horizontal y participatoria entre emisores y receptores, de un intento estructural por democratizar socialmente el hacer comunicaci3n.

El videasta chileno Augusto G3ngora al referirse al rol del Video en esos aros imagin3 una descriptiva met3fora: Las im3genes de un pais invisible. En toda la regi3n el video se transform3 en el instrumento tecnol3gico capaz de mostrar las im3genes de una sociedad imposibilitada de reconocerse en el circo electr3nico al uso en las pantallas de televisi3n de esos aros. El Video fue memoria audiovisual hist3rica, educador audiovisual, simple entretenci3n, etc3tera.

Otro videasta chileno, Herman Mondaca, al reflexionar retrospectivamente sobre su pr3ctica opta por definirla como Video Democr3tico. "Llamamos Video Democr3tico a las m3ltiples expresiones que surgieron en estos 3ltimos aros en forma independiente a los 'oficialmente permitidos' y que se perfil3 como una contracultura a la dictadura. Estas expresiones multiples se inscribieron en el 3mbito de lo cultural, social, artístico, informativo y experimental. Y fueron germinando a nivel de grupos e instituciones dedicadas al Video y a la televisi3n exterior, a personas que con su esfuerzo y anonimato han registrado la memoria de nuestro pueblo en estos aros."

En Uruguay algunas expresiones de la movilizaci3n social que acompaaron la din3mica contestaria al r3gimen militar, fueron registradas en Video.

En Brasil las cerca de doscientos experiencias productivas que se agrupan en la Asociaci3n Brasilea de Video Popular, reconocen su origen principal en el fortalecimiento democr3tico de las organizaciones sociales y en la respuesta al control dictatorial de los medios de comunicaci3n.

La Asociaci3n Nacional de videastas brasileros explica así su emergencia: "El crecimiento de la producci3n de Video se di3 en un contexto de apertura democr3tica y de profunda crisis econ3mica, social y política. El aro 1984 es muy importante para entender este momento. Varios grupos y proyectos de Video estaban en gestaci3n...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 versi3n de los hechos diferente a la transmitida por los medios masivos de comunicaci3n".

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

Capitulo cinco:

QUIENES PRODUCEN VIDEO, PAIS POR PAIS

UNA APROXIMACION AL NUMERO DE PRODUCTORAS E INSTITUCIONES

Una mirada cuantitativa al Video Latinoamericano nos permite apreciar su extensión geográfica y su cualidad democratizadora social y cultural.

Metodológicamente, sin embargo, por el hecho de que nuestras fuentes de información son cuantificaciones orgánicas al Movimiento de Video Latinoamericano, estamos concientes de no dar cuenta de experiencias, especialmente de Video-Arte y productoras de Video, que no participan del mismo.

Pese a esa limitante, es información globalizadora, porque en algunos resúmenes por países se indican todas las experiencias y en lo fundamental porque las cuantificadas y reseñadas son las más significativas, al menos en el Video con origen en la comunicación alternativa..

- Brasil, 61 grupos
- Argentina, 45
- Perú, 45
- México, 43
- Venezuela, 40
- Colombia, 29
- Chile, 27
- Ecuador, 17
- Bolivia, 16
- Uruguay, 15
- Puerto Rico, 14
- Costa Rica, 13
- Nicaragua, 12
- Cuba, 8
- Panamá, 8
- Bahamas, 5
- Guatemala, 2
- Paraguay, 2
- El Salvador, 1

Estas cifras corresponden al Directory of film and video production resources in Latin America and the Caribbean, recopilado por Karen Ranucci, y comprende sólo aquellas experiencias conocidas por la autora en los últimos encuentros latinoamericanos de Video, en seminarios y otros eventos. Por lo mismo, estas cifras pueden diferir de las que los propios países entregan en sus informes, así como en otros casos comprende a experiencias que han dejado de producir. Con todo, al momento de su publicación, en 1989, es el catálogo más completo de la región.

RESENAS DE ALGUNOS PAISES SOBRE EL ESTADO DEL VIDEO

La base de esta reseña son los informes presentados por los países asistentes al encuentro de Cochabamba. La misma se centra en aspectos de circulación, organización y en las características centrales del uso del Video en cada país.

ARGENTINA

Las casi cien experiencias se pueden clasificar en:

- a) Productores de Video educativo y de capacitación.
- b) Producción propia de centros de educación superior, estatales o privados.
- c) Producción en organizaciones sociales y partidos políticos.
- d) Productores independientes orientados a la televisión abierta o por cable, a video clubs, a redes culturales y sociales alternativas, a televisoras extranjeras. Esta producción es variada en cuanto a géneros (documentales, ficciones, musicales, Video-Arte. Este último con un importante desarrollo).
- e) Producción en organismos de gobierno.

La distribución y difusión es diversa. Es poco significativo el espacio masivo televisivo, salvo la emisión de algunas producciones experimentales o educativas de los centros universitarios, u emisiones en canales del interior del país.

Las principales redes son:

- circuitos culturales alternativos: Salas culturales, festivales, muestras, bienales;
- circuitos sociales: en organizaciones sociales, de derechos humanos y eclesiásticos.

No existe ninguna coordinación ni articulación nacional de videastas. Los grupos suelen desconocer entre sí sus experiencias. Un intento de romper con esta realidad ha sido la Red Nacional de Video, pero esta nuclea sólo a seis grupos de Buenos Aires.

En el Video-Arte, aún cuando no existe una organización, alrededor del Instituto de Cooperación Iberoamericano de Buenos Aires se han tendido a articular experiencias para el incentivo de muestras y visionado.

BRASIL

La Asociación Brasileña de Video Popular (ABVP) en 1989 tenía asociadas aproximadamente a 180 experiencias. Este número multiplica a las 40 que en el Primer Encuentro Nacional de Video Popular, en 1984, proyectaron la organización.

La ABVP reconoce que en mínima medida expresa a los realizadores en Video-Arte y a muchos productores independientes orientados a circuitos masivos, ya sean televisivos u otros. Esto por su énfasis unilateral en el Video-Proceso.

Sin embargo, hoy, en el seno mismo de la asociación, se discute este sesgo excluyente de la diversidad del Video, con el objeto de ampliar su representación. En Brasil son muchas más las experiencias que, por ejemplo, muestran sus realizaciones en el festival nacional más importante de Video: Fotóptica, que anualmente se realiza en Sao Paulo.

TVTrabajadores de Sao Paulo

El símbolo del importante desarrollo del Video en el país es la pionera experiencia de Televisión de Trabajadores de San Pablo (TVT). TVT es la expresión audiovisual de la Red de Comunicación de los Trabajadores, que agrupa a 67 organizaciones sociales y personalidades fundadoras, entre ellas Paulo Freire y Lula. La singularidad de TVT radica en su origen como productora popular de videos entre los obreros metalúrgicos de San Bernardo y Diadema, hasta su actual capacidad de producir y emitir al aire como canal de televisión en banda UHF.

En efecto, hoy TVT se divide en dos áreas:

- Producción en super VHS (formato doméstico) en San Bernardo, donde interactúan comunicadores populares, trabajadores y otros actores sociales.
- Producción y emisión en Broadcast (formato profesional) en San Pablo, donde profesionales trabajan en la primera emisora televisiva autogestionada y definida por un nexo orgánico con sectores de la sociedad civil. TVT de San Pablo podrá emitir a un público cautivo de diez millones de paulistas.

Otra singularidad de la experiencia de TVT es su inserción activa en la elaboración de políticas de comunicación y telecomunicaciones, recientemente discutidas a nivel de gobierno en Brasil.

Un documento interno, de 1989, de la Red de Comunicación de Trabajadores indica que, entre otros objetivos, se aspira a instalar unidades de TVT en ciudades estratégicas del país.

TVT participa en la ABVP.

ABVP: capacitación y difusión

ABVP ha procurado la cualificación de sus miembros, realizando desde 1987 jornadas de capacitación con el auspicio de la UNESCO.

Además, con el apoyo de la Fundación Ford, impulsa, junto a Cine Distribución Independiente (CDI), la red de difusión y distribución **cinevideo**, que a partir de 1987 ha ayudado en la extensión al circular nacionalmente en formato VHS.

La ABVP cuenta con tres secciones: Recife, Rio de Janeiro y Porto Alegre.

BOLIVIA

La diversidad cultural, geográfica y étnica de Bolivia, ha determinado tres realidades en el quehacer del Video: Santa Cruz, en el llano amazónico, Cochabamba y La Paz en la sierra y el altiplano.

En los tres últimos años, en otras regiones y ciudades del país, como Oruro y Sucre, por ejemplo, es también creciente el uso del Video.

Una característica determinante para el desarrollo del Video en las tres regiones mencionadas fue su relación con los canales universitarios. Hasta 1979 en Bolivia había nueve canales de televisión, uno estatal de cobertura nacional y ocho universitarios (financiados por el tesoro de la nación) con coberturas regionales y con vocación experimental.

Esta realidad televisiva (abierta a lo regional y a la identidad cultural), junto a la relación de los jóvenes videastas con las étnias subordinadas y organizaciones de trabajadores, logró que el Video boliviano en los primeros años contará con canales de emisión masiva. Esto permitió una singular coincidencia: un trabajo audiovisual a la vez político, social, antropológico y orientado a la emisión masiva.

Esta singular coincidencia culturalmente se explica por el peso de las étnias históricas en el país; cuya integración es condición de su desarrollo. Con todo, estas experiencias se han limitado a las emisoras universitarias y a franjas de su programación, y progresivamente han sido minimizadas por la tendencia a privatizar la televisión, sobre la base de una unilateral lógica comercial.

En Cochabamba, productoras como Video Producciones Color, Protelsa y Prodecine han realizado teleseries para su emisión masiva. La productora Tarpuy edita en Quechua un informativo que sale al aire diariamente por televisión. Y el centro Juan Wallparrimachi tiene una sólida tradición en video documentales y antropológicos.

En Santa Cruz la productora Jenecheru ha realizado cerca de quinientos documentales; Lu-Pan-Gua, entre 1986 y 1989, realizó 175 videos; y Safripo, que produce teleseries con temática regionales. Las tres productoras han emitido por televisión.

En La Paz, la productora Nicobis ha reflejado la problemática rural Quechua y Aymara.

En el Video boliviano también ha habido lugar para el Video-Arte y Videoc-Clips; lo singular del país es que estas búsquedas expresivas se han realizado en interacción con la vertiente social y antropológica.

MNVB: Nuevo Cine y Video boliviano

En 1984 surge el Movimiento del Nuevo Cine y Video Boliviano (MNVB). Su creación coincide con la proliferación de canales privados: en poco tiempo estos llegan a 35. Este elevado número (el más alto de América Latina y del mundo si consideramos el territorio geográfico) es contradictorio con una legislación que establece por decreto supremo de 1980 el monopolio estatal de la emisión televisiva.

Es cierto que en 1984 una resolución aprobada por la cámara de senadores abrió el cauce a las emisoras privadas, sin embargo, para ser ley es necesaria también la aprobación de los diputados, cosa que no ha ocurrido.

Precisamente el MNVB nace en oposición a este proceso privatizador, en tanto las nuevas emisoras suelen alimentarse de enlatados extranjeros y así revertir la anterior política de los canales universitarios.

La constitución, en marzo de 1989, de la Asociación de Videastas Quechuas, complementaria a MNEV, corrobora el perfil cultural y étnico del Video en el país.

CHILE

Más que en otras sociedades de la región, el Video en Chile esta signado por 16 años de régimen dictatorial. La mayoría de las productoras alternativas -con explícita actitud anti-gobierno militar- se han financiado de la solidaridad internacional. Su trabajo hoy es memoria histórica de un importante periodo de la historia del país.

La Productora Teleanálisis (actual Nueva Imagen) divulgó un informativo mensual con los hechos no registrados por la televisión oficial. Proceso realizó documentales en interacción con movimientos sociales. ICTUS dió continuidad a una ficción audiovisual alternativa. La Vicaría de la Pastoral Obrera, de la Iglesia Católica, produjo documentales e informativos junto a los trabajadores. Más cerca en el tiempo el Canelo de Nos y ECO son instituciones que han incorporado el Video en una perspectiva de promoción social entre los sectores sociales subordinados, y el colectivo las Medusas, ha aportado con su mirada femenina.



En Chile algunas productoras publicitarias han participado de la explosión del Video con contenidos políticos y sociales democráticos, destinando excedentes de un mercado en auge a la realización. El mejor ejemplo de esta especial confluencia fue la participación de productoras alternativas junto a profesionales de la publicidad y cineastas en la elaboración creativa y técnica de la celebrada franja política televisiva del No durante el plebiscito de 1988, que formalmente puso fin al gobierno de Pinochet.

El Video se centraliza en Santiago. Recién en los tres últimos años surgen instituciones y productoras en Temuco, Concepción y Valparaíso.

En 1987 el 60% de la producción en Video se hacía en formato VHS. En 1989 la relación cambió a favor del formato U-Matic, tanto Low Band como High Band.

Esta nueva característica técnica se relaciona con una creciente tendencia en las Productoras a profesionalizar e incorporar mayor tecnología a su quehacer, motivadas por la democratización de la sociedad y la posibilidad de acceder a la televisión y a nuevas emisoras.

Las principales formas de difusión han sido:

- Distribución mediante suscripción institucional y privada de los materiales producidos (ésta fue la singular forma de difusión de los informativos de Teleanálisis).
- Difusión en instituciones sociales y académicas que los utilizan en sus propias redes grupales.
- Videotecas en las propias productoras.
- Unidad móvil de difusión con pantalla gigante.
- Muestras de videos.

Aunque no existe ninguna Asociación que reúna a los productores, sí hay una interlocución que ha posibilitado co-producciones. Además, Proceso, Teleanálisis, ECO e ICTUS fueron la base organizativa del primer Encuentro Latinoamericano de Video, realizado en 1988 en Chile.

Por último, es significativa la producción de Video-Arte, con un perfil propio, con una muestra anual especial y con una agrupación orgánica que los representa.

COLOMBIA

Recién en 1988 y 1989, en Cali y Bogotá, se realizan los primeros esfuerzos de conocimiento mutuo entre los grupos productores.

En Bogotá se efectúa anualmente un importante Festival de Cine, Televisión y Video.

En difusión, el Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP), ligado a la Iglesia Católica, cuenta con una importante videoteca con títulos colombianos y latinoamericanos que difunde y distribuye en el país y en el exterior.

CUBA

Una isla geográfica y una isla política, Cuba también posee su propio sello comunicacional. Ahí el Video es un actor más en el marco de una concepción política, guiada desde el Estado, que reconoce el carácter integral del Espacio Audiovisual.

La Revista de Video latinoamericano, editada en La Habana, resume estos conceptos: "La integración y convergencia de las nuevas tecnologías audiovisuales y medios electrónicos tienen fuerte impacto sobre el saber y la cultura global...Estos procesos, en particular los que se refieren al cine, la televisión y el Video, tienden a superponer y borrar la diferencia de funciones y aplicaciones, configurándose como sistemas y redes de estructura local, nacional y transnacional...En coincidencia con estos fenómenos contemporáneos, Cuba moderniza su infraestructura y avanza hacia una política de integración de recursos y participación mutua en lo que respecta al cine, la televisión y el Video" (34).

Inspirados en esta decisión política estatal, el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) y el Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográfica (ICAIC) convergen en las acciones: TV cubana emite las películas de la cinemateca del ICAIC y los videos de su videoteca, provenientes de cuarenta grupos independientes de La Habana y del país, más los videos de productoras de América Latina.

En 1988 asistió más de un millón de personas a las exhibiciones en las 300 salas de proyección de videos (donde también se emite cine en video); salas acondicionadas por El Estado, ante las dificultades de acceso a los 150.000 VHS domésticos existentes en plaza.

En esta misma lógica, el Video se utiliza activamente en la educación superior como apoyo docente. El Ministerio de Educación a mediados de la década asumió como política el dotar a todos los centros superiores de equipamiento en video: de ahí surgieron 11 productoras.

Los más de cincuenta grupos desarrollan su trabajo en organizaciones sociales, estatales, así como hay algunos de carácter privado. Estos se han reunido en dos encuentros nacionales en 1988 y 1989. En forma paralela se realizan encuentros de video educativo y otros más singulares como Agrovideo, cuyo eje temático es la agricultura.

Que Cuba sea anualmente la sede del Festival Internacional de Cine, Televisión y Video más importante de la región, en La Habana, y que haya cedido un local en su territorio para el funcionamiento de la Escuela Internacional de Cine, Televisión y Video de San Antonio de los Baños, expresa el rol que el Estado asigna a un Espacio audiovisual integrado. El festival ha sido promotor de la interacción de los videastas y en la escuela de los Baños se

han formado no sólo jóvenes telecineastas de América Latina, sino también de Asia y África.

ECUADOR

En el último encuentro de Cochabamba se recibió un saludo y un informe de la Asociación de Cineastas del Ecuador, ASOCINE. Saludo e informe que resulta todo un símbolo: en Ecuador, frente a la imposibilidad de hacer cine, muchos realizadores se acercan al video, además de las instituciones y animadores culturales populares que lo utilizan.

Aún no se puede hablar de un movimiento de video ecuatoriano, pues las experiencias son aisladas y tampoco existe una red de difusión alternativa. Un nuevo signo fue la realización, en mayo de 1989, del primer encuentro nacional de Video Popular.

La experiencia de CEDIS-CEDEP al producir el programa mensual VEA ESO, emitido con éxito en el canal 5 de Quito, es una experiencia que ha demostrado la potencialidad del medio en el país. Más todavía si se considera la posibilidad que ofrece un canal con una definida orientación cultural y alternativa.

PARAGUAY

Es el país con menor desarrollo del Video en la región. La dictadura del general Alfredo Stroessner, recién derrotada en 1989, inhibió durante décadas las potencialidades de la sociedad civil. La ausencia de organizaciones representativas y de una nítida conciencia reivindicativa y política, no permitió la emergencia de este actor.

La excepción es su rol económicamente inevitable en la publicidad audiovisual. Siete productoras ocupan el mercado de la programación publicitaria televisiva. Mencionamos esta realidad, porque algunos publicitarios han promovido el Video con una racionalidad comunicacional alternativa e innovadora. De igual modo hay algunos realizadores que han producido programas para circuitos alternativos e incluso emisión televisiva.

Eventos de interés en los tres últimos años han sido los festivales de Video realizados por el Centro Cultural Juan de Salazar y los cursos-talleres en formato VHS que se realizan en un colegio de la Iglesia Católica. También es destacable la iniciativa de co-producir entre instituciones paraguayas y productoras con mayor experiencia profesional de otros países: un ejemplo es el trabajo que en 1989 realizó la productora chilena Proceso en Asunción.

PERU

En marzo de 1989 se efectuó el primer encuentro nacional de Video Popular y Alternativo.

El 73% de las instituciones que producen Video están ubicadas en la capital peruana. En noviembre de 1989 se constituyó la Asociación de Video de Lima. "La asociación impulsa el desarrollo del Video Popular y Alternativo", expresa su carta fundacional.

En las conclusiones de ambos encuentros se destacan algunos temas propios del movimiento de Video en el país: su percepción como un "instrumento de trabajo en los procesos de comunicación que se realizan con las organizaciones populares, y que no tienen una finalidad en sí mismos"; y la unidad de la producción y la difusión: "dos aspectos indisolubles y complementarios".

El énfasis como Video-Proceso y la consecuente unidad entre la producción y la difusión en redes pre-existentes en las organizaciones sociales, es el sello del Video en una sociedad caracterizada en los años ochenta por una dinámica de ruptura social.

Las redes de poder institucional -medios de comunicación masivos incluidos- de los sectores dominantes están separados profundamente de la sociedad civil mayoritaria. Esto ha determinado la emergencia del Video, ya sea al amparo de prácticas asistencialistas del Estado que aspiran a la promoción de étnias y sectores sociales subordinados en aras de la integración y desarrollo nacional, o en mayor medida al amparo de ayuda financiera internacional proveniente de organizaciones no gubernamentales del norte.

La diversidad de búsquedas expresivas que el medio ha permitido en los países del cono sur; o la tendencia a que grupos con origen en la comunicación alternativa a los autoritarismos, evolucionen hacia su inserción en los espacios masivos, aunque sin perder su nexo orgánico -a la manera del intelectual gramsciano- con los sectores sociales y políticos progresistas, son dinámicas de menor raigambre en el movimiento de video peruano.

Este hecho lo explica precisamente la tendencia a la polarización social. Una sociedad civil popular, que construye su propio poder, enfrentada, en primer lugar, a una red de poder militar, económica y política de un grupo minoritario y dominante en la sociedad y, en segundo lugar, a un Estado en tensión por proyectos diversos e incapaces de dotar de integración política al país.

Los programas se orientan a temáticas de promoción social: mujeres, barrios, comunidades campesinas, nativas, niños, etcétera.

En marzo de 1989, según las conclusiones del primer encuentro nacional, "la mayor parte de las productoras trabajaban en media pulgada, en Beta y en VHS", aunque se constató una entrada vigorosa del formato U-Matic. Esta

objetiva debilidad técnica de la producción y la racionalidad política excluyente, condicionan la casi inexistencia, en relación a la cantidad de producción, de emisiones televisivas, salvo algunos programas pedagógicos de amplio interés que salen al aire en el interior del país.

Entre los muchos grupos que destacan en la producción de Video Popular y Alternativo en Perú (en Cochabamba 89 fue la delegación más numerosa con 28 representantes), participan del proceso de articulación nacional: TV Cultura, Videored IPAL, Instituto de Apoyo Agrario, CEAPAZ, Video Cultura, IPEMIN, Videoteca alternativa, Video Centro, Calandria y El Grupo Chasky.

URUGUAY

Según el informe presentado en Cochabamba 89 por representantes de cuatro productoras uruguayas (CEMA, Imágenes, Estudio Imagen y ENCUADRE) son "6 los grupos que pretenden desarrollar una línea productiva independiente, cultural, vinculada a organizaciones populares y/o intentando acceder a canales de televisión...más seis productoras de material publicitario". Todas ubicadas en Montevideo.

Se mencionan las productoras publicitarias porque algunas de ellas vía excedentes financian la realización de programas en Video. Y porque en Uruguay, como en Chile, y en menor medida en Brasil, Bolivia y Argentina, las productoras privadas, que reciben apoyo financiero internacional, complementan sus fondos con ingresos provenientes del mercado publicitario o de servicios.

Además de estas experiencias existe una incipiente producción de Video-Arte, realizada por artistas plásticos y videastas, quienes se agrupan en el Nucleo uruguayo de Video-Arte.

Asimismo destaca el trabajo formativo y práctico en las escuelas universitarias de comunicación.

En Uruguay, más que en ningún otro país, el Video ha logrado estatuto de bien cultural con ecos masivos.

Las razones son dos.

Por un lado, el casi inexistente cine nacional ha determinado una percepción social del Video como el imaginario audiovisual uruguayo posible. Esta predisposición cultural, junto a la certera promoción y difusión pública de las realizaciones de un grupo de productoras creativas y con inobjetable calidad técnica, ha llevado al reconocimiento social del Video y a un seguimiento constante de su producción en una diversa red de exhibición.

Por otro lado, una relativa apertura democrática pos autoritarismo y el carácter propio de una sociedad civil y política más integrada, ha permitido una interacción entre productoras y canales de televisión, llevando incluso a una cierta continuidad de salida al aire en una emisora privada,

aunque éstas no han implicado un rédito económico inmediato a las nuevas productoras.

Para Uruguay son sin duda significativas las 26 horas de programas, en distintos géneros, producidos en formato U-Matic entre 1987 y 1989.

Los ámbitos de difusión de esta producción han sido:

-Videotecas de las propias productoras o en Videotecas culturales de instituciones, las que facilitan los programas a organizaciones sociales y educativas.

-Video club comerciales, en forma pionera se ha logrado una mínima inserción en algunos video club comerciales.

-Muestras en Cine Clubs del Interior del país.

-Muestras en institutos culturales.

-Muestras en la red de cines Cinemateca uruguaya.

-Emisoras televisivas regionales, nacionales y extranjeras.

Desde el punto de vista organizativo, son varias la iniciativas históricas de articulación de los grupos y personas ligadas al trabajo audiovisual. Pero ninguna ha tenido continuidad en el tiempo o una amplitud en la representación. En el Video, en 1987 hubo un intento de constitución de la Cámara de Productores de Video Profesional Independiente. Intento sin continuidad. Pese a ello, un grupo de productoras en los últimos años han mantenido una interlocución constante en razón de su participación en el movimiento de Video latinoamericano y, en especial, en la perspectiva de organizar Monte-Video 90, el tercer Encuentro latinoamericano de Video.

Capitulo seis:

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 explica dialécticamente por su unidad conceptual y motivacional, por su unidad histórico-cronológica y por su unidad tecnológica.

a) Unidad conceptual y motivacional como fundamento de la diversidad

Dos rasgos que unifican al Video conceptual y motivacionalmente explican su diversidad.

Primero, en los encuentros de videastas se ha destacado su vocación liberadora de la luz. En una región caracterizada por una débil cinematografía 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 puede y 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 líneas o áreas de producción, una diversidad de formas de producción, una diversidad de géneros y una diversidad de espacios de difusión y distribución.

En líneas 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 singularidades 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 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, el Video-Producto o Programa y el Video-Arte, 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.

VIDEO-PROCESO

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 participatoria 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.

Por la relativa complejidad tecnológica del medio, en el Video-Proceso participan profesionales de la comunicación junto a los sectores sociales. En razón de 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" (35).

En su primera expresión el Video-Proceso ha centrado preferentemente su práctica en la perspectiva de la autocalificación 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, docudramas, ficciones y magazine.

En cuanto a formas de producción, si bien es posible encontrar equipos humanos que realizan esta línea de trabajo con 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-, estas son aisladas. Más bien 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" (36).

Por último, el conjunto de características compartidas por el Video-Proceso, cuando actúa en la animación socio-cultural, genera tres funciones sociales: fomenta la recepción 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" (37).

Aunque dirigido a la industria cultural, el Video-Programa 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 han 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 e ICTUS; 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 canales de televisión y publicidad, resolviéndose impulsar la "realización de paquetes para la televisión y con ese objeto efectuar propuestas a los canales".

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-CREACION

El Video posee como singularidad el permitir un lenguaje audiovisual nuevo: 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 distinguiría 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 o 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". (38)

Una definición más simple, aunque con la misma orientación de definir por la diferencia, es la divulgada por el Núcleo 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 realidad que con los ojos se ve, incluso en su variante subjetiva impresionista. En cambio el Video-Arte sería el equivalente a 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 compartimos, requiere, sin embargo, un comentario acerca de una tesis intelectual que ha caracterizado la práctica de algunos video-artistas.

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 un género distinto al documental y la ficción, es decir un tercer género.

En lo sustantivo creemos que tal aseveración es cierta (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 asistíamos 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.

Ni tampoco la percepción del documental o la ficción es una linealidad, sino que es una secuencialidad 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 semántico a partir de la discontinuidad secuencial espacial y temporal.

En nuestras palabras hay 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 abierta por la técnica o por el lenguaje de uno u otro género. Vivimos el tiempo del cierre de fronteras técnicas, el cierre de fronteras formales y el cierre de fronteras de contenidos.

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 "Nam 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 estandarizado e ideológico como 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 -este 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 Núcleo 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 si 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 filmadas en Cine, documentales y ficciones registradas en video en los estudios de televisión o en exteriores, pero no Video-Arte, el tercer género. Ocurre el absurdo que en tanto servicio y ante la demanda de las bellas artes y de una estrecha acepción 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-Creación.

En ese sentido, destacamos la experiencia en el canal 5 de la televisión chilena, que en 1986 programó el ciclo *En torno al Video*. Este resultó 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.

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 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 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 la fábrica de los hermanos Lumiere, 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 articulación de géneros en la televisión, se asocia a la experimentación electrónica propia del tercer género. No obstante, 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 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 o 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 o procesos 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 entretenimiento 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 via 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, registro de actuaciones e incluso en el desarrollo de video-clips.

-Docudramas, que articula la ficción y el documental, especialmente utilizado en videos que buscan un impacto dramático emotivo al tratar a determinados actores sociales, historias 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 géneros 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 instrumento 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 creadores, por la necesidad 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 esta acostumbrado a los productos audiovisuales de calidad y de entretención ofrecidos por 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 que 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. Por ejemplo, Imágenes y CEMA, en Uruguay, han producido documentales y docudramas para la televisión nacional y extranjera. En Chile, Nueva Imagen ha realizado documentales, además de video-clips distribuidos en circuitos internacionales.

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, las 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. (39)

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, autopromocionandose 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 comercializada, 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 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 visto 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. Y PROCESO y el Canelo de Nos impulsan un proyecto de una red nacional de distribución de

videos culturales que en cuatro años aspira alcanzar a 19 ciudades del país.

Menos 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, IGER en Brasil, que produce paquetes para el Ministerio de Educación, y TV Cultura en Perú, que produce para institutos educativos, demuestran las potencialidades del instrumento 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.

-Videoteca alternativa. 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.

Espacios de distribución

-Televisión nacional y extranjera.

-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 1989 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, sino videos al menos cine nacional traspasado a video.

-Festivales, Muestras para la comercialización internacional y distribuidoras. Los festivales, aunque no son espacios de distribución, si 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 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 que ayer enfrentó el cine latinoamericano en su circulación con los que hoy enfrenta el Video. Pero la 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 ECC, 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.

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.

-VideoRed IPAL. Es la más importante por antigüedad y por la extensión y servicios que ofrece. VideoRed fue creada en 1983, en Lima, y además de centralizar una videoteca hace llegar a las productoras e instituciones asociadas un boletín regular con las novedades tanto en videos como editoriales, las fichas-directorios e informaciones generales. Además posee un servicio técnico de copiado y cambio de formato en la norma NTSC, la más extendida en América Latina.

-Videoteca del Sur. Esta iniciativa de difusión regional surgió en el 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 eclesiásticas.

-Finalmente, motivado por el Quinto Centenario, el ICI (Instituto de Cooperación Iberoamericano) 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/525 líneas y 50 Hz/625 líneas. A esto se agrega que los países han 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.

Capitulo siete:

ORGANIZACION DE LOS VIDEASTAS DEL EAL.

A VEINTE AÑOS DE VINA 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 reúnen 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 VINA 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. Y la práctica audiovisual en la última década -pre-texto de la declaración de 1987- es ruptura y continuidad con ese pasado.

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.

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 ochenta con el Video, con la televisión y el propio cine, se trató y se trata de construir y extender espejos culturales.

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 enfrentados a 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 de 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. En las resoluciones del encuentro de Cochabamba, en 1989, se delimitan 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.

La segunda declaración de los videastas en el festival de La Habana, en 1988, había reconocido la diferencia entre los encuentros autoconvocados por el movimiento y el espacio natural de reunión entre realizadores que se da en el principal festival latinoamericano.

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 el

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 99 participantes de Chile, Bolivia, Brasil, Argentina, Perú y Uruguay. El propio evento se autodefinió 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 dió lugar a la segunda declaración de La Habana: "Video Latinoamericano: Avances y Desafíos".

1989

-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. Cochabamba ha sido el encuentro de mayor amplitud geográfica y social. En forma unánime la plenaria suscribió la Declaración de Cochabamba y designó a la ciudad de Montevideo, Uruguay, como sede del 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. Esta, en lo fundamental, y más allá de polémicas afirmaciones que contradicen la declaración de Cochabamba e incluso la precedente declaración de La Habana (tema que trataremos más adelante), hace una convocatoria de continuidad hacia Monte-Video 90.

2) Principales polémicas en las jornadas de coordinación regional

El documento de Cochabamba se refiere 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) (40).

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 debe 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 (nacional o continental) 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 actores culturales.

De ahí entonces la complejidad e interés de un debate que, sin duda, continuará presente en próximas jornadas de coordinación. La eficacia de las respuestas estarán determinadas por la participación de la mayor amplitud de actores y por un aggiornamiento constante a la realidad regional.

Los roles de los encuentros

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

En Cochabamba hubo una polémica respecto a 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 ha reanimado 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, seguramente no podrán ser obviadas en el debate y la reflexión futura.

Otra vez este debate es la expresión de otro: el tema de la autonomía de un movimiento joven y en gestación.

B) POLEMICAS SOBRE EL CARACTER DE LA DIVERSIDAD

Aunque es compartido el signo plural y diverso de las experiencias, el mismo se comprende de distinto modo.

Por ejemplo, en cuanto a líneas de producción, es materia de polémica una tendencia a sobrevalorar el Video-Proceso en desmedro del Video-Producto y en especial del Video-Arte. Es polémico también el standarizar prácticas de poco rigor profesional como el común formato productivo del Video latinoamericano. Respecto a la diversidad de géneros es tema de debate una tendencia a instituir el testimonial como el género por excelencia. Finalmente, la diversidad de espacios de difusión y distribución es gestora de polémica en tanto algunas instituciones ven la diversidad sólo en los ámbitos de difusión alternativa.

Sobre estos tópicos ha habido una constante tensión reflexiva y es cierto que pocas voces explicitan un discurso unilateralizador del quehacer; no obstante las tendencias antes reseñadas han sido, hasta hace dos años, hegemónicas.

(Este tema lo trataremos en profundidad en el capítulo ocho, pues la polémica se relaciona con la historicidad de esta práctica audiovisual).

C) POLEMICAS SOBRE LA FORMA Y OBJETIVOS DE LOS ENCUENTROS

Esta es una polémica procesada recién en Cochabamba y aún no desarrollada. Nos referimos al como estructurar los programas de los encuentros y los objetivos y convocatoria de los mismos.

En Santiago se inauguró una doble dinámica: visionado de videos y reflexión y debate. En Cochabamba se continuó con ésta, y se agregó la extensión cultural al difundir una muestra en barrios y gremios durante el evento. En ambos encuentros el objetivo eje era el intercambio y la difusión regional.

En Cochabamba, sin embargo, se discutió sobre el poco tiempo asignado al visionado, paradoja casi absurda por

tratarse de un encuentro de videastas. También se discutió el excesivo énfasis en una reflexión poco estructurada.

De ahí entonces que la convocatoria a Monte-Video 90 presenta importantes cambios.

En el documento se da prioridad al visionado que culminará con una muestra itinerante del video latinoamericano. Se acota la reflexión a ponencias y mesas redondas con investigadores y realizadores e instituciones interesadas en los temas. Se agrega una dinámica de capacitación paralela al encuentro. Se mantiene la extensión cultural de videos, agregándose también una extensión cultural de reflexión pública vía ponencias y seminarios abiertos. Se mencionan invitaciones a directivos de televisoras y la realización de reuniones de comercialización en un intento por abrir un nuevo campo a los encuentros. Y en lo conceptual, el Video-Producto y el Video-Proceso son reconocidas como dos vertientes con sus especificidades e implícitamente se amplía la convocatoria a los videoartistas.

3) Logros inmediatos de los encuentros

El encabezado se refiere a logros inmediatos, porque la importancia en el largo plazo radica en la posibilidad de autoconciencia del movimiento. En ellos se han venido socializando reflexiones y prácticas que tienden a dotarlo de conciencia histórica como sujeto de la comunicación audiovisual. Insistimos, esto sólo es posibilidad y desafío. En el capítulo "Historicidad de la Producción" se desarrolla una mirada diacrónica a este proceso de auto-reflexión. Proceso asociado a todos y cada uno de los espacios de coordinación nacionales y regionales.

Por ahora, 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. (41)

Como resultado de esta constatación y fruto del intercambio gestado en los encuentros, IPAL, en 1989, realizó dos talleres de capacitación: Guiones para Video 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, en el Centro El Canelo de Nos, en Chile, se efectuó una jornada de capacitación en sonido.

Estos talleres han sido financiados por agencias de solidaridad europeas y norteamericanas y en ellos han participado técnicos y realizadores de toda América Latina.

Continuando en esta política de autocapacitación, en Monte-Video 90, a propuesta de Cochabamba 89, se incluyó una jornada de capacitación en iluminación y cámara.

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.

En relación a los quinientos años del descubrimiento de América, en Cochabamba se impulsó la co-producción "Memorias del Fuego", basada en la obra homónima de Eduardo Galeano. En esta participarán productoras e instituciones de varios países y se acordó iniciar las gestiones de financiación.

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. En efecto, la dependencia económica de agencias de solidaridad internacional amenaza la continuidad de muchas experiencias.

Primero fue la falta de fondos en la UNESCO. La deserción de Estados Unidos y Gran Bretaña de su aporte financiero como cooperantes, en respuesta a la orientación favorable al Nuevo Orden Internacional de la Información, llevó a que se recortaran recursos dirigidos al sector de las comunicaciones en los países pobres. (42)

En los últimos años la recuperación democrática en América Latina ha generado una reorientación de los recursos de las agencias hacia otras áreas sociales y geográficas.

En lo social, si ayer la ausencia de libertades públicas justificaba los apoyos a la comunicación, hoy estos se justifican en la recuperación económico-social -en el pago de la deuda interna-.

Asimismo, en lo geográfico, el nuevo escenario internacional hace que muchos recursos se canalicen hacia los países del Este.

Frente a esa situación aparece como necesidad el diversificar las fuentes de financiamiento.

Junto a la distribución en los canales de emisión televisivos, nacionales y extranjeros, las productoras e incluso instituciones que cuentan con equipamiento en video profesional intentan ocupar otro mercado en expansión: la venta de servicios audiovisuales a instituciones, empresas u organizaciones. Además de la venta de servicios publicitarios.

Para los grupos orientados al Video-Proceso el desafío es aún mayor, pues la prioridad que asignan a la difusión en redes socio-educativas inhibe el autofinanciamiento.

No obstante, cuentan a su favor con bajos costos de producción y una eventual reinserción en los Estados democráticos, acompañando las dinámicas sociales en los niveles locales de gobierno.

En Chile, Uruguay y Brasil, instituciones y grupos con experiencia en la capacitación y promoción socio-cultural buscan colaborar con los nuevos gobiernos locales. Durante los autoritarismos todas las expresiones institucionales no gubernamentales surgieron en franca oposición o competencia con los respectivos gobiernos-Estados. Sin embargo, con la recuperación democrática en los países mencionados y la consecuente participación de la sociedad civil en el poder y gobierno local, las ONG en el área de la comunicación reorientan sus políticas hacia una colaboración o complementariedad con los gobiernos y Estados democráticos.

Capitulo ocho:

HISTORICIDAD DE LA PRODUCCION EN VIDEO: Los primeros pasos, Democracia y diversidad, Democracia y múltiples iniciativas legislativas.

¿QUE ES HISTORICIDAD DE LA PRODUCCION?

El concepto historicidad de la producción en Video es un marco de interpretación dinámico del nuevo actor audiovisual. Sitúa su desarrollo en interacción con estructuras socio-económicas, innovaciones tecnológicas, procesos políticos y en referentes ideológicos de cada momento histórico. Historicidad es sinónimo de mirar cualquier quehacer social e individual en su devenir y en su con-texto, pre-texto de todo pensar y hacer.

Metodológicamente esta investigación tiene como fundamento la historicidad del Video en América Latina. Por lo mismo, una alternativa era su formulación teórica al inicio del trabajo, en tanto ha orientado toda la reflexión. La otra es la que hemos elegido: describir y explicar el quehacer del Video en la región, y en este último capítulo intentar una mirada integradora sobre su desarrollo y los nuevos desafíos. Desafíos, u otra manera de decir un futuro abierto, es decir, no inexorable.

LOS PRIMEROS PASOS

En el principio el Video fue en el norte. Romper el mito de lo inalcanzable tecnológico...el sueño de convertir al receptor en emisor-receptor y crítico, comienza con el uso del video en Europa y Estados Unidos, allá en los años sesenta.

En Canadá en 1967 se iniciá la experiencia "Challenge for change", que produce Videos-testimoniales. "Challenge" será suprimida en 1969: eliminando la subvención del Estado, porque fomentaba la subversión con recursos estatales. En 1971 surge "Video graphe", heredando la tesitura de "Challenge", aunque con énfasis en el apoyo tecnológico a los trabajadores.

En Estados Unidos a partir de 1968 el grupo "Comediation" asume el Video como contrainformación. El objetivo productivo fue la alternatividad a la televisión. La experiencia "guerrilla televisión" en los primeros años del 70, por ejemplo, desde su nombre indicaba una orientación anti-televisiva en forma y contenidos. De hecho en Estados Unidos video-artistas y video-comunitario comparten un origen contracultural.

En Francia, motivado por los acontecimientos de mayo, surge pos 1968 el Video-militante. A este se vinculan cineastas como Jean Luc Godard.

En Hamburgo, Alemania, "Medienzentrum Fuhisbuettel", financiada por sus integrantes, trabaja en esos años en temas sociales.

En Italia, en la región de Emilia Romagna, gobernada por socialistas y comunistas, se llegó a desarrollar un circuito regional televisivo vía cable en el que podía

participar el Video-comunitario. Hubo asimismo intentos de que la Radio Televisión Italiana (RAI), servicio público, abriera espacio a estas experiencias. En la península es donde el Video alternativo adquiere una mayor presencia y sus rasgos y evolución es parecida a lo que más tarde ocurre en América latina. "A través del Video-base se intentó reformar el sistema comunicativo tanto en las formas de producción como en los contenidos, se convirtió en un intento de autorepresentación de las áreas deprimidas de ese "tercer mundo" existente dentro de un país que se jacta de su posición de quinta potencia industrial". (43)

Este movimiento que en el norte da el primer sentido a un uso alternativo del Video decrece progresivamente hasta casi desaparecer después de 1975. Pero en ese mismo quinquenio renacerá en el sur, siendo otro y a la vez el mismo.

En lo sustantivo, en su integralidad es diferente a las experiencias del norte por su origen en movimientos sociales, en tendencias de autoexpresión creativa audiovisual de la sociedad civil, en un proceso de innovación y extensión tecnológica que en una de sus caras posibilita la democratización de la emisión y producción y en nuevas referencias ideológicas. No obstante, es el mismo por su impronta alternativa, innovadora y democratizadora del Espacio Audiovisual.

Lo ocurrido en el norte es importante en su nexo con la primera evolución del Video en América Latina.

Algunos autores han destacado como cualidad específica su inserción en los movimientos sociales y en consecuencia su no continuidad con el camino fracasado en los países del norte.

Para estos allá se habría intentado con el Video una respuesta unilateral a los medios masivos, y la debilidad obvia de David frente a Goliat condujo a la desaparición de las experiencias. "Tal vez la equivocación presente en el norte haya sido la creencia de que un nuevo medio de comunicación que había surgido con potencialidades y características específicas, debería necesariamente dar respuesta a los medios de comunicación masivos"... Por lo mismo, en América Latina... "no es el propósito responder a los medios masivos...sino formar circuitos alternativos de información..." Más aún, el Video sería lo diferente del Espacio audiovisual: "sus funciones sociales son nuevas y en varios aspectos radicalmente opuestas a las que hoy cumple la Televisión..." (44)

Esta reflexión, en forma parcial puede ser compartida; pero requiere ser ubicada históricamente y también debatirla, pues de no hacerse el riesgo es reproducir, ahora con el signo del alternativismo excluyente del Video-Proceso, prácticas unilaterales que terminen también por desaparecer.

En el terreno del debate y la exactitud en la comparación, tal reflexión omite que en Italia si hubo inserción social, se desarrollaron circuitos alternativos,

fue concebido en su especificidad como nuevo medio y cuando aspiró a acceder a la televisión pública como Video-registro, lo hizo sin perder esas características. Pero igual terminó por casi desaparecer.

Un actor de ese proceso, Ivano Cipriani, ha escrito que el movimiento se caracterizó por la confusión, que a partir de la disminución del dinamismo social de los sectores subordinados de los años setenta se minimizó y que la "calidad de la producción devenía objetivamente débil en el momento de su inserción en el flujo de la programación televisiva".

En el terreno de la historicidad, esa comprensión del Video en América Latina es correcta sólo si, además de considerar los autolimites que conoció en Europa, se ubica en condiciones socio-históricas concretas. Es decir, se explicita su relación con los primeros años del Video, cuando el control político autoritario sólo "permitió" un importante uso del medio como circuito audiovisual alternativo para la defensa, voz y organización de los sectores populares.

Ese fue el tiempo necesario y hegemónico del Video-Proceso. El Video de preferencia como pedagogía popular audiovisual, el Video como género casi siempre testimonial, el Video como prioridad para la difusión en redes sociales alternativas, el Video producido a bajo costo y con poco rigor profesional.

DEMOCRACIA Y DIVERSIDAD

Con los procesos de recuperación democrática adviene para el Video latinoamericano el tiempo de la diversidad y del debate sobre su rol en un sistema de comunicación y una sociedad que también cambia.

La restitución de las libertades públicas no es poca cosa en la esfera de la difusión de mensajes. La sociedad civil que ayer era invisible, bajo el peso de la gris uniformidad de los autoritarismos, en democracia puede diversificar sus expresiones, e incluso la industria televisiva VHF cambia de rostro y, manteniendo algunos de sus límites, comienza a informar.

Con la democracia, en interacción con las innovaciones tecnológicas, surgen nuevas emisoras televisivas, en especial UHF, gestionadas por otros actores socio-políticos.

Antes de las décadas de las dictaduras cívico-militares, la tecnología determinaba la presencia de pocas emisoras televisivas, sólo en banda VHF, con un alto costo de gestión y la absoluta ausencia de capacidad de producción audiovisual más allá de estas industrias. En los noventa eso ha cambiado. Se han diversificado las posibilidades de emitir y se multiplicaron los productores audiovisuales. Es como si la tecnología por sí sola hubiese transformado un escenario que ayer era en blanco y negro.

Sabemos que no ha sido sólo la tecnología, pues en el interin hubo decisión de producir, reflexión y una sociedad civil que utiliza una tecnología que con su otra cara puede -y lo hace- profundizar las desigualdades comunicacionales.

La nueva racionalidad democrática, en la esfera de la comunicación, es multicolor. Ayer nadie podía hacerse ilusiones sobre la viabilidad de cambios en los medios de comunicación de masas, en especial en la televisión, de no mediar cambios en la propiedad de los mismos, cuya única condición era un cambio en el ejercicio del poder en toda la sociedad.

De ahí que una respuesta era la contracultural y con una tendencia a la marginalidad estática, como ocurrió en el norte con el Video en los setenta.

En América Latina las respuestas fueron otras.

O iniciativas superestructurales de cambio en el sistema de comunicación, vía omnicomprensivas legislaciones (Políticas nacionales de Comunicación) que, por caracer de base productiva real para responder a las reivindicaciones legales (en los porcentajes de producción nacional, por ejemplo), o sin fuerza política para hacerlas realidad, en general fracasaron.

O la unilateral construcción de redes alternativas y el atrincheramiento en los sectores organizados de los movimientos sociales, en espera de un cambio en el poder político que sobrevendría una vez asaltado el Palacio de Invierno y estatizados los medios masivos. Y como antes del asalto sólo había que organizar la toma, la tendencia era a otra marginalidad estática. Esta característica o autolímite social ha sido reconocido por realizadores cuando aspiran a superar la "barrera del rebote entre los más organizados", y por la red de difusión regional IPAL al evaluar "el contraste paradójico que se da entre el incremento del número de proyectos y experiencias de cultura popular y el relativo aislamiento en que éstas se desarrollan".

Es cierto que esta última marginalidad estática fue un poco más extendida, pero en el largo plazo también se mantiene alejada de complejas sensibilidades colectivas.

(Decimos marginalidad estática para diferenciarla de marginalidades dinámicas: es decir, procesos que surgen como marginales pero tienden hacia el centro de la sociedad, tienden a transformarse en voluntades hegemónicas colectivas. Es el caso, por ejemplo, de la conciencia y práctica feminista y ecologista.) (45)

Hoy, en cambio, las objetivas condiciones tecnológicas, la multiplicación de actores innovadores en la comunicación audiovisual y otras referencias ideológicas, viabilizan una nueva racionalidad democrática comunicacional, a manera de otra marginalidad dinámica.

Esta comprende y actúa de forma distinta en el conflicto social y, en consecuencia, en el sistema global de las comunicaciones audiovisuales. Matiza, diversifica sus prácticas e iniciativas, escucha y mira con los ojos de los

actores colectivos e individuales que aquí y allá en la sociedad civil buscan participar.

Las nuevas circunstancias históricas han desplegado nuevos desafíos y abierto un debate entre la diversidad de actores del Video latinoamericano.

Aún en la propiedad y gestión de los medios audiovisuales existen enanos-gigantes con vocación autoritaria y poder de hermanos mayores. Pero ahora hay más medios para enfrentarlos. Redes de difusión socio-culturales de Video-Proceso. Nuevos circuitos televisivos. Múltiples gestores de Video-producto y Video-Arte con ganas y capacidad de inserción innovadora en el mercado audiovisual. Una nueva comprensión de las formas de gestar y diversificar las iniciativas legislativas reguladoras, ya sea en el nivel regional de los Estados latinoamericanos, en el nivel nacional y en el nivel local de cada país. Y también una nueva actitud empresarial, creativa y democrática, entre algunos productores audiovisuales independientes.

El debate en los últimos encuentros de Video latinoamericano, y en otros espacios, se relaciona con el procesamiento de los nuevos desafíos.

El mismo, sumariamente, tiene dos ejes de comprensión distintos. Por un lado, la comprensión y acción como movimiento a partir de la alternativa y alterativa -con respecto a esos enanos-gigantes- diversidad democrática. Por otro, la comprensión y acción como movimiento a partir de la uniformidad y el alternativismo excluyente.

En la convocatoria a Cochabamba 89 los videastas bolivianos resumieron el desafío del nuevo tiempo: "Una de las características del Video, hasta hoy, ha sido el rescate del registro histórico y la denuncia que constituye la memoria de un continente oculto.

Sin embargo, la región expresa ahora una esperanza de cambio y profundización democrática.

En esta perspectiva, el movimiento de Video latinoamericano rebasa el tiempo de la mera denuncia para asumir el tiempo del ANUNCIO Y LA PROPOSICION".

Como en todo proceso de debate sobre el anuncio y la proposición, no hay discursos ni prácticas acabadas. Más bien tendencias y búsquedas.

Así hay signos de una u otra tesitura en este proceso. Desde opiniones como la escrita en un documento que circuló en Cochabamba: "En estos momentos el Video...es atractivo, proporciona "Status" y permite enmascarar, so pretexto de comunicación popular alternativa, apetencias personales de autoexpresión y logro individual..." (46).

Es fácil reconocer que esta comprensión, avalada por algunos videastas -más allá de que el autor en la frase siguiente agrega que la autoexpresión es legítima, pero no en el Video Popular-, expresa un parcial alternativismo. Es como decir, el Video latinoamericano es sólo Video-Proceso (conceptualizado ahí como Popular y además como si en su creación no hubiese una necesaria dosis de autoexpresión).

La consecuencia lógica de esta comprensión es que en el movimiento no habría cabida para el Video-Arte ni el Video-Producto. A pesar de ser ambos autoexpresivos de sociedades y sensibilidades. Para esta comprensión de lo popular como pedagogía formativa, lo "diverso" se mueve en ese uniforme campo.

En contrario a estas palabras, hay otras reflexiones. "El más importante camino que el Video puede transitar...es participar en el debate sobre los cambios que ocurren en el Espacio Audiovisual. Y esa respuesta pasa por la televisión de masas, por la televisión UHF, por el satélite, por la antena parabólica, por los aparatos de video en las escuelas y entidades ligadas a movimientos populares, por la capacitación adecuada, por la organización en entidades capaces de dar respuestas colectivas a las cuestiones relativas al video, por la elaboración de proyectos de acción común e integración a nivel nacional y regional, y sobre todo por la disposición de estar presente en las discusiones, queriendo participar del futuro" (47).

Asimismo en el debate sobre la diversificación de las fuentes de financiamiento, hay también un trasfondo conceptual. En especial en lo que dice con la inserción en el mercado de la programación televisiva.

Una actitud es el temor: "En esta perspectiva de transformación debemos tener en cuenta que aprovechar los espacios y brechas que deja la televisión es una tarea fundamental, pero estas escasas y controladas 'oportunidades' no pueden hacernos olvidar que siempre tendremos que sacrificar o por lo menos hipotecar una cuota de nuestros principios, a veces mayor de lo que podremos lograr en la cobertura de un canal abierto". (48)

En este temor hay un pre-texto ideológico: la televisión dejaría "brechas" a aprovechar, pero a costa de principios.

Primero, es discutible ese estático escenario en blanco y negro -como los televisores de los años setenta en América Latina- si reconocemos la dinámica social y tecnológica que, en la realidad actual, abre nuevos canales de emisión televisivos, ya no sólo supuestas "brechas".

Segundo, es discutible porque omite que la simultaneidad masiva de la exhibición televisiva potencia el aporte cultural del Video. Pues, aunque es cierto que la teleaudiencia, en tanto cautiva y sin condiciones de retroalimentación, presenta una pasiva actitud perceptiva, no es menos cierto que la recepción psicológica mayoritaria de la televisión como una caja de "maravillas y verdades" y la segmentación de la audiencia por áreas de interés, otorga un valor cultural relevante al medio de comunicación.

En el terreno de los principios, el debate adquiere mayor complejidad y connotaciones.

¿Es un principio el producir sólo en exteriores, a bajo costo, "con un modelo de producción artesanal, sin especialización ni división técnica del trabajo?" (49)

O esa unilateralización del formato productivo no es, una vez más, restringir el Video latinoamericano incluso a sólo una de las expresiones del Video-Proceso: la capacitación popular audiovisual.

En aras de la real diversidad, no es mejor reconocer lo legítimo de distintos formatos productivos, en función del objetivo comunicacional específico.

¿Es un principio en cuanto a formas y contenidos acercarse a lo popular con pre-conceptos ideológicos, cuyo género "preferencial" es el registro-testimonio?

O esa unilateral creatividad no termina por convertirse en un autolímite expresivo.

En el Video latinoamericano se ha venido cuestionando la fetichización de lo popular. "Se idealiza y se embellece la miseria, como algo 'fuera de lo común'...en las tomas no pueden faltar las movilizaciones, las pancartas, el pueblo siempre tiene que estar luchando, el pueblo no ríe, no canta, no se equivoca. Al eterno dirigente, la toma en contrapicado, como se ven los santos de la Iglesia (haciendo uso de este recurso creado en el western clásico, para crear las características de los 'héroes'" (50).

Esta mirada autocrítica a un estilo de hacer Video en los años del autoritarismo es cada vez más extendida. A ella han contribuido las jornadas de visionado, que permiten reconocer otros géneros, otras búsquedas creativas presentes entre sociedades, realizadores y productoras.

Comienza así a comprenderse como un nuevo principio, la creatividad, la innovación formal, la diversificación temática, el incorporar recursos de otros medios audiovisuales.

En definitiva, la nueva racionalidad democrática sobre la inserción del Video en el EAL renueva, altera, abre caminos en el propio movimiento.

En las sociedades con un mayor desarrollo del Video, como Brasil, Uruguay, Chile, Argentina, Bolivia, y en menor medida Perú, por su peculiar formación social escindida frontalmente y en una literal guerra social interna, la recuperación democrática obliga a cada videasta y productora a repensar su qué, cómo y dónde hacer.

En lo sustantivo, la que fue comprensión hegemónica de hacer Video y de hacerlo circular, el Video-Proceso-Popular, es necesariamente renovada. Se comienza a legitimar la diversidad.

La nueva racionalidad democrática emergente es inclusiva. En la convocatoria a Monte-Video 90 hay ecos de esta nueva actitud: "Una amplia comprensión de la Comunicación alternativa como práctica comunicacional plural, distinta y alterativa a la comunicación hegemónica en nuestras sociedades; caracterizada esta última por su unilateral sello vertical (que deja sin voz a los receptores), por su standarización creativa y por su nexo explícito o implícito con el exceso de divulgación de valores ajenos a nuestras realidades e identidades culturales".

Para esta nueva racionalidad democrática el Video latinoamericano no es ni popular ni alternativo por definición adjetiva y excluyente. Sino la producción audiovisual en Video forma parte de un flujo comunicacional alternativo al flujo de la no identidad cultural, al flujo unilateralmente vertical, al flujo autoritario y no democrático, al flujo de la parcialización de la realidad.

El Video latinoamericano en democracia es Video-Proceso realizado y difundido en interacción con los movimientos sociales. Es Video-Producto realizado por nuevas productoras independientes que se insertan en el mercado de la programación audiovisual. Es Video-Arte con sus potencialidades expresivas.

El Video latinoamericano es identidad audiovisual, es posibilidad de un espejo-mosaico cultural. El Video latinoamericano aspira a contribuir a una comunicación como reflejo y acción en los procesos de profundización y consolidación democrática que consensualmente buscan las sociedades de la región.

De ahí que se valore la continuidad del sentido horizontal y de promoción popular del Video-Proceso, se extiendan sus redes de difusión, y además ahora se le articule a iniciativas comunicacionales de los gobiernos democráticos locales.

De ahí que las productoras independientes de Video aspiren a la participación en el espacio aéreo por donde transitan las ondas hertzianas y en todo circuito de distribución.

De ahí la valoración de la creatividad y aporte del Video-Arte en el lenguaje audiovisual y también la extensión de sus redes de difusión y distribución.

DEMOCRACIA Y MULTIPLES INICIATIVAS LEGISLATIVAS

La nueva racionalidad democrática comprende de otra manera a la ley y su rol como marco regulador de la comunicación audiovisual. Comprende asimismo de otra manera la participación de los actores culturales, entre ellos los videastas, en la génesis de los marcos reguladores.

América Latina, "el continente pionero en proponer recomendaciones sobre la materia (Políticas nacionales de comunicación), como las surgidas en 1976 en la Conferencia de San José, Costa Rica, no ha podido hacer realidad tan bellos propósitos". (51)

¿Por qué ha sido imposible democratizar siquiera parcialmente los sistemas de comunicación, en su cara industrial? ¿Se ha debido sólo a la oposición de los sectores sociales interesados en la mantención de un status quo que, además de maximizar sus beneficios económicos, es pre-condición de su influencia ideológica y de la cohesión de su "orden social"?

Creemos que el tema es más complejo y tiene más aristas.

Sin desconocer la profundidad de esa interesada oposición económica, social y política, hay que considerar críticamente las responsabilidades de los propios actores políticos y culturales con vocación por el cambio democrático y la innovación. Responsabilidad conceptual y responsabilidad político-ideológica.

Concepción ilustrada de la Ley

En general hubo una concepción ilustrada sobre el rol de la Ley en el proceso histórico (salvo una u otra excepción). (52)

En el pensamiento historiográfico (conocer y comprender la Historia en su devenir) se entiende por concepción ilustrada de la Ley aquella racionalista y liberal con origen en el siglo 18, en especial en la Francia pre-revolucionaria y revolucionaria. Concepción que llega a América en ese mismo siglo de la mano de gobernadores ilustrados dispuestos a "modernizar" la región mediante la unilateral promulgación de leyes "racionales" con la supuesta capacidad de transformar lo real.

En el pensamiento historiográfico esta concepción ilustrada de la Ley ha sido objeto de la crítica, oponiéndole el concepto historicidad de la Ley. Según esta es un error de comprensión asignar a la Ley, por sí y por mera creación racional, un rol de cambio de lo real. Ya que, iniciativas legales que no consideren a los actores socio-políticos, a la subjetividad social y a las condiciones económico-tecnológicas, entre otras variables históricas, están condenadas a un fracaso inmediato o mediato en su aplicación.

Comprender a la Ley en su historicidad es considerar su realidad-racional en un contexto de realidad histórica global, ahí puede dar forma jurídica y/o transformar lo real. La concepción de historicidad de la Ley no es voluntarista ni determinista, sino una comprensión de toda Ley en interacción con otras variables históricas.

Esta disgregación hacia la historiografía es para comprender el carácter ilustrado y voluntarista que tuvo el énfasis en Políticas Nacionales de Comunicación como marcos jurídicos globales, y que al menos en la esfera audiovisual no consideraron otras variables o mediaciones técnico-productivas y de subjetividades sociales. Por lo mismo, fracasaron, en la medida que allí donde se lograrón expresar, casi siempre parcialmente, no fue posible su aplicación.

Por ejemplo, estas políticas, circunscritas a iniciativas estatales, buscaban proteger en cada caso el cine nacional o la producción electrónica nacional, o dar espacio y voz a las organizaciones sociales y políticas, o estatizar los canales de televisión. He ahí brevemente sus énfasis.

Enfasis que obviaban que para proteger algo es necesario que ese algo exista, que existan previamente los actores humanos y tecnológicos.

En muchos países latinoamericanos no había cine, por condicionantes económicas y creativas, y la producción electrónica nacional estaba concentrada en las propias emisoras, las que como empresas favorecidas por los marcos reguladores implícitos o explícitos diferían de motivaciones de identidad cultural. Por no existir ese cine o producción electrónica nacional, salvo la de las emisoras, las demandas legislativas proteccionistas se articulaban con políticas o leyes de subvenciones estatales. Cosa difícil en economías en crisis permanente, y más difícil aún en la producción electrónica por la ausencia de bases tecnológicas para una descentralización productiva.

Por otra parte, la demanda legislativa por formalizar espacios en las emisoras para actores sociales o políticos, o para el Estado, obviaba la pre-condición de capacidad técnica y creativa. Al no considerar la variable calidad y acceso técnico, la normativa corría el riesgo paradójico de gestar "fracasos comunicativos que desprestigian las conquistas de acceso a los medios de comunicación a determinadas organizaciones políticas, sociales o culturales. Por ejemplo, si se otorga espacio televisivo y éste no se utiliza creativamente, entonces el público verá escasamente los programas y la sociedad se preguntará si conviene gastar esos recursos en espacios inútiles" (53).

Un resultado de estas demandas fue, en algunos países, los porcentajes exigidos de programación nacional. Pero, estos no se cumplieron, y no sólo por la desidia productiva de las emisoras y por el menor costo de los enlatados, sino también por la escasa capacidad productiva existente en la sociedad.

Además, en la medida que el énfasis fue la búsqueda estatal de regulaciones globales, se desvalorizó el proceso que se gestaba en la sociedad real: el esfuerzo de aprovechamiento de las nuevas tecnologías que permitían la autoproducción, la creación de redes alternativas de difusión y la posibilidad de dar cauce a nuevas energías empresariales.

Sobrevaloración del Estado y resignación a la marginalidad

En cuanto a la responsabilidad política-ideológica de los propios actores, ésta ha tenido dos expresiones.

Primero, la sobrevaloración del Estado y el pre-concepto ideológico respecto a que toda emisora privada y comercial, por ejemplo, es mala.

El Estado no sólo debía encabezar desde la legislatura un proceso de cambios, sino también tenía que asumir la propiedad de los medios, de la mayor parte de ellos. Eso en su formulación política más extrema.

Otra fórmula entregaba al Estado la función de referente sobre la calidad democrática audiovisual televisiva.

Desafío, este último, posible si es que las necesarias emisoras estatales de la región respondieran a una lógica de servicio público. En Europa, por ejemplo, las mismas son grandes empresas, que en alguna medida regulan la calidad del mercado compitiendo con las emisoras privadas, y son co-gestionadas por organismos plurales, estatales y sociales, y profesionales de probada capacidad.

Sin embargo, en la región las emisoras estatales en general se han caracterizado por la mala administración, por no ser competitivas y por su signo y calidad determinada por la respectiva administración de gobierno, siendo en los hechos emisoras gubernamentales.

Segundo, en actitud opuesta a la sobrevaloración del Estado, aunque resultante de la inviabilidad de conseguir cambios vía ese mecanismo, aparece una suerte de resignación a la marginalidad, entendida como alternativismo cultural.

En la comisión que debatió sobre legislación en la reunión de Cochabamba 89, hubo una evaluación crítica del no hacer en el plano de la legislación: "Es imprescindible huir de un criterio que parece subyacer en la reticencia de muchos vide-cine-teleastas a pensar estas materias. Se trata de una suerte de resignación a la marginalidad, la que impediría actuar con un mínimo de posibilidades de avance sobre cuanto sucede en el marco de la estructura social y política vigente. A la larga ese criterio puede tornarse en un grave impedimento para conseguir avances que si son posibles".

Esta resignación a la marginalidad u alternativismo cultural tiene también que ver con un pre-razonamiento ideológico: no hay nada que hacer hasta un cambio en la ubicación del poder político.

Una nueva racionalidad democrática ante las iniciativas legislativas

La recuperación democrática en nuestros países encuentra otras bases tecnológicas-productivas y de emisión, otras subjetividades, nuevos actores y nuevas reflexiones.

Las grandes formulaciones de políticas nacionales ceden el paso a políticas reguladoras parciales o globales promovidas por los actores culturales, políticos democráticos, nuevos sectores empresariales, investigadores y organizaciones sociales.

"Los Estados latinoamericanos no estarán disponibles para este tipo de políticas (de intervención reguladora en el mercado), mientras las sociedades no hayan creado las bases mínimas sobre las cuales puedan afirmarse: los recursos humanos comprometidos en esta perspectiva, la disposición de la infraestructura técnica para la tarea y la existencia de un movimiento cultural que haga de la igualdad

de oportunidades en el medio audiovisual un objetivo necesario y posible" (54).

Pues bien, con la recuperación democrática esas bases mínimas aparecen como realidad y posibilidad de profundización democrática en el Espacio Audiovisual.

En la existencia de esas bases mínimas se apoya una nueva racionalidad democrática ahora orientada al impulso de múltiples iniciativas legislativas.

Veamos algunos ejemplos que parecen confirmar esa tendencia.

La apertura tecnológica hacia nuevas emisoras (UHF) y nuevos productores abre espacios a nuevos actores televisivos. Aunque existe la posibilidad de una reconcentración de la propiedad, hoy hay más indicadores de una diversificación de la misma. De ahí el anacronismo, no sólo subjetivo, de promover la supremacía de la propiedad estatal, cuando es condición de la democracia en la esfera audiovisual una forma mixta (privada, cooperativa y pública) y regulada de propiedad y gestión.

Esto exige iniciativas legislativas que impidan la concentración y el monopolio, junto a otras que tiendan a la descentralización productiva y de emisión.

Los nuevos actores del Espacio Audiovisual y fuerzas políticas democráticas, en Chile y Brasil, han incidido en la formulación ante la opinión pública de la necesidad y posibilidad de emisoras regionales, con producción regional y de porcentajes de programación o relaciones preferenciales con las productoras independientes de software.

Esta última iniciativa es respuesta a una tendencia tradicional en los marcos reguladores a favorecer a las empresas emisoras, cuando es cultural y económicamente beneficioso el apoyar la producción nacional y regional de programas. En este terreno hay un amplio campo de acción reguladora, tanto en el software como en generalizadas franquicias arancelarias para el ingreso de hardware audiovisual a la región.

En esa misma línea de acción se inscriben otras iniciativas reguladoras a nivel regional o de los poderes locales, en la perspectiva del impulso de emisoras UHF, de TV cable u otras.

O bien dando carácter de política cultural a incentivos de fomento a la producción en los gobiernos locales. Un ejemplo, es lo que hace la alcaldía de la Paz, en Bolivia: en 1989 promovió el Video independiente, premiando a cinco guiones con el valor monetario de su plan de producción y luego repremiando en efectivo a la mejor realización, además de abrirles espacios de muestra.

En un sentido complementario actúa la tendencia a comprender las emisoras del Estado como servicios públicos. En efecto, allí donde se plantean nuevas legislaciones esta opinión se hace sentir. En Chile, una de las primeras iniciativas legislativas gubernamentales en la transición democrática pos general Augusto Pinochet, fue dar a la red de TV Nacional el carácter de entidad pública autónoma a los

gobiernos. Este carácter lo permite una gestión parlamentaria, como garantía de pluralidad, y una administración con criterios de industria cultural democrática. En Brasil es lo que vienen planteando los comunicadores y agentes sociales ligados a las nuevas experiencias televisivas. En Uruguay y en Bolivia, hay indicadores de una opinión cultural que redefine la gestión de las emisoras televisivas del Estado.

Esta última redefinición política podría tener incidencia en la descentralización productiva y de emisión, ya que en general las cadenas estatales tienen alcance nacional y es viable esperar agiornamientos a las demandas regionales y de los nuevos productores.

En el ámbito común latinoamericano, las políticas de acercamiento cultural y económico de los gobiernos democráticos anuncian algunos cambios en el Espacio Audiovisual. Mencionamos el consenso que concitó en una reunión de ministros del Área, en 1990, la creación de un canal latinoamericano, utilizando las posibilidades que ofrecen las telecomunicaciones.

En todo este proceso, un rol destacado debería jugar la nueva hegemonía cultural en pos del rescate del imaginario audiovisual y una opinión pública favorable al cambio y la innovación.

BIBLIOGRAFIA

ANEXO BIBLIOGRAFICO I: revistas especializadas en Video latinoamericano e industria televisiva.

- 1) VIDEORED, IPAL (Instituto para América Latina)
Lima-Perú
Director: Rafael Roncagliolo
- 2) VIDEO LATINOAMERICANO, ICRT (Instituto Cubano de RadioTelevisión)
La Habana-Cuba
Director: José Antonio Jiménez
- 3) PANORAMICA DE LOS MEDIOS, RTVE (Instituto oficial de Radio y Televisión Española)
Madrid-España
Director: Tomas Bethencourt
- 4) IMAGEN, Revista boliviana de cine y Video
La Paz-Bolivia
Director: Jean Claude Eiffel
- 5) CHASQUI, Revista latinoamericana de comunicación
Quito-Ecuador
Director: Luis Proaño
- 6) COMUNICACION AMERICA LATINA, OCIC-AL, UCLAP, UNDA-AL, WACC-AL/C
Quito-Ecuador
Director: Washington Uranga
- 7) CORTOCIRCUITO, Revista trimestral de comunicación y culturas latinas-UNESCO
Paris-Francia
Director: Joelle Hullebroeck
- 8) MEDIA DEVELOPMENT, Asociación Cristiana de Comunicaciones
Londres-Inglaterra
Editor: Michael Traber-Philip Lee
- 9) RED
La Paz-Bolivia
Director: Alfonso Gumucio

ANEXO BIBLIOGRAFICO II: Documentos del Movimiento de Video latinoamericano.

- 1) Declaraciones de la Habana 1987, 1988, 1989.
- 2) Manifiesto de Santiago, 1988
Declaración de Cochabamba, 1989
- 3) Declaración de Quito, 1988
Declaración de San José, Costa Rica, 1988
- 4) Informe Encuentro de Cochabamba, 1989: Comisión de Producción, Comisión de Difusión y Distribución, Comisión de Legislación, Comisión de Video y Mujer, Comisión de Organización, Informes por países, documentos: Organización de los videastas, Manuel Calvelo, e Informe preliminar sobre Espacio Audiovisual latinoamericano, Octavio Getino.
- 5) Directorio, Karen Ranucci, 1989, Nueva York.
- 6) Otros documentos: Video democrático en la transición chilena, Herman Mondaca, marzo de 1990; Informe Red de Comunicación de los Trabajadores, Sao Paulo, Brasil, mayo de 1989.

NOTAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) "Experiencias en el Espacio Audiovisual: Argentina, Brasil, Chile y Uruguay". CEMA-ICD
Fundación de Cultura Universitaria
Montevideo-Uruguay, 1989
- 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 industria discográfica y productoras radiales.
- 3) idem nota 1. Apartado "El Espacio Audiovisual Argentino", Susana Velleggia.
- 4) "El simio informatizado", Roman Gubern
Revista Mensaje y Medios-Radio y televisión Española (RTVE)
Madrid-España, 1989
- 5) idem
- 6) "Introducción a la realización televisiva" RTVE
Madrid-España, 1987
- 7) idem
- 8) idem
- 9) "Teleopio del pueblo", Paul Little
Revista Chasqui, Quito-Ecuador, 1988
- 10) Concepto creado por Cebrian Herreros, a partir de referencia de Umberto Eco, citado en "Introducción a la realización televisiva", RTVE.
- 11) Revista VideoRed IPAL, Rafael Roncagliolo
Lima-Perú, diciembre de 1989
- 12) idem
- 13) "Pedagogía masiva audiovisual", Revista Chasqui
Quito-Ecuador, 1988.

- 14) Revista Red Bolivia, Alfonso Sumucio
La Paz-Bolivia, agosto de 1989.
- 15) "Video y TV: dos instrumentos diferentes", Manuel Calvelo
Libro: "Video, tecnología y comunicación popular" IPAL-Crocevia, 1989.
- 16) idem nota 6
- 17) idem
- 18) "La dificultad de innovar", Diego Portales
ILET, Chile, 1987.
- 19) idem
- 20) "Nuevos empresarios para otra televisión", Diego Portales
Revista Nueva Sociedad, 95, Caracas-Venezuela, 1988.
- 21) "A imagem nas maos", Luis. F. Santoro
Summus editorial, SaoPaulo-Brasil, 1989.
- 22) Revista Corto circuito, 5, Paris-Francia, 1988, Max Tello.
- 23) Revista festival latino, Nueva York-Estados Unidos, 1989, María Luisa Bemberg.
- 24) idem nota 20
- 25) "Por una visión sistémica de la producción cultural", Luciano Alvarez
Ponencia presentada a seminario: Industrias culturales Montevideo-Uruguay, 1989.
- 26) idem
- 27) "La comunicación masiva en el proceso de liberación", Armand Mattelart
Siglo veintiuno, editores, XI edición, México, 1986.
- 28) "La TV soy yo", Valerio Fuenzalida
Revista Nueva Sociedad, 95, Caracas-Venezuela, 1988.
- 29) Entre estos investigadores destacan, Armand y Michelle Mattelart, Camilo Taufic, Mario Kaplun.
- 30) Encuesta Capacitación IPAL
Revista VideoRed, Lima-Perú, diciembre de 1989.

- 31) "Las ONG y las investigaciones en comunicación en Chile", Carlos Catalán
FLACSO, Chile, 1989.
- 32) "La cooperación intra e interregional", Antonio Onoratti, en Libro idem nota 15.
- 33) "Las imágenes de un país invisible", Augusto Góngora, en libro idem anterior.
- 34) Revista Video latinoamericano, Instituto Cubano de radio y Televisión (ICRT), La Habana-Cuba, 1988.
- 35) idem nota 1
- 36) "Comunique en video lo popular", Osvaldo Hirschmann
Revista Chasqui, Quito-Ecuador, 1988.
- 37) idem nota 1
- 38) "Contra el pensamiento teorema...", Nelly Richard
Revista Festival de Video Arte Franco-Chileno, Santiago de Chile, noviembre de 1987.
- 39) "Políticas de Televisión en los países andinos", IPAL
Lima-Perú, 1988.
- 40) Sobre esta polémica ver: Informe Encuentro de Cochabamba, 1989; Documento "La Organización de los Videastas", Manuel Calvelo; RED, junio 1989, Alfonso Gumucio.
- 41) idem nota 30
- 42) idem nota 32
- 43) -"Hipótesis de trabajo sobre Televisión y Video", en libro idem nota 15.
-"Cine, Video y Documentales", Ignacio Aliaga, en idem nota 38.
- 44) idem nota 15 y 21
- 45) "Cartografías del deseo", Felix Guatari
Editorial Lord Cochrane, Santiago-Chile, 1989.
- 46) "Organización de los videastas", Manuel Calvelo, en Informe Encuentro de Cochabamba, 1988.
- 47) Revista Cortocircuito. 7, Paris-Francia, 1989, Luis F. Santoro.
- 48) Mario Gutierrez, editor, en libro idem nota 15
- 49) idem nota 15

50) "De lo alternativo a lo popular", Jorge Delgado, en libro idem nota 15.

51) "Contribución democrática de la Televisión", Diego Portales
ILET, Santiago-Chile, 1985.

52) Una de las pocas excepciones es el investigador chileno Diego Portales, quien además elaboró el enfoque económico-cultural, es uno de los fundamentos de estas reflexiones críticas.

53) idem nota 51

54) idem anterior