

OIKOS σ

Revista de economia heterodoxa
nº 7, ano VI • 2007
ISSN 1808-0235



patrocínio



Imágenes en movimiento Encuentros y desencuentros audiovisuales en Latinoamérica

BERTRAND DOUET | b_douet@hotmail.com

Doutor em estudos de população pelo Colégio de México (México),
Sócio-Diretor da Traquitana Filmes (Rio de Janeiro)

Desde el subcontinente al sur del Río Bravo, hablar de *integración* parece una fatalidad histórica, un metarrelato con dejes de simpatía, de reivindicación y de incertidumbre frente a un devenir escurridizo.

¿Qué entenderíamos por “integración regional latinoamericana en el ámbito audiovisual”? ¿El reflejo de dinámicas de coordinación político-institucional en la cadena de producción de contenido audiovisual regional? ¿La ampliación de mercados regionales de distribución? ¿El apetito por el consumo de imágenes producidas regionalmente? ¿La emergencia de procesos de interacción entre sociedades latinoamericanas vecinas pero escasamente vinculadas? ¿La consolidación de una supuesta “identidad cultural” a través de manifestaciones audiovisuales?

Probablemente un poco de todo eso y más, aún con muchas comillas que sirven de agujeros problemáticos. Valgan aquí algunos apuntes para pensar estas latitudes en términos de imágenes en movimiento y trazar algunas perspectivas.

Condiciones de contorno

Para empezar, constatamos una vez más que para pensar procesos de integración regionales específicos, sectoriales y transversales, la construcción y alimentación de fuentes de información con series sistemáticas confiables y com-

parables entre los distintos agregados regionales siempre será una tarea pertinente. No obstante, algunos elementos existentes permiten trazar un semblante del paisaje audiovisual regional actual,¹ resaltando rasgos de interés para cuestionar discursos establecidos.

En primer lugar, las sociedades latinoamericanas tienen un perfil televisivo acentuado, tanto desde el punto de vista material como simbólico. Artefacto hogareño ubicuo, común y a la vez codiciado, la televisión es también fuente de construcción de subjetividad, independientemente de las evaluaciones que se hagan sobre el sentido de esta construcción. De ahí el perfil asumidamente político del debate en Latinoamérica, desde el reparto de frecuencias y el control de los medios hasta las percepciones y usos del público televidente.

Resulta llamativo entonces que inclusive en los estudios académicos sobre la oferta televisiva se hayan instalado categorías genéricas tales como el teleinformativo, la telenovela y los programas de auditorio (BERGAMO, 2006), según la habitual dicotomía entre funciones de “información” y de “entretenimiento”, como si fuesen independientes. De la misma forma, se suele diferenciar de forma taxativa el contenido “nacional” del “importado”, por más que las encuestas reflejen un sentimiento generalizado según el cual el parpadeo electrónico de las pantallas televisivas latinoamericanas devuelve un contenido más o menos estandarizado.

En este contexto, la telenovela se erige en referencia paradójica, motor económico de oligopolios nacionales y producto de exportación, fuente a la vez de identificación como estilo latinoamericano por excelencia y de desconsideración como género culturalmente menor (FUENZALIDA, 2001).

En segunda instancia, desde una perspectiva histórica, el cine latinoamericano parece pertenecer a la lista de especies en vías de extinción, por más resurgimientos que se detecten en los últimos años. Los estudios al respecto oscilan entre cultivar la nostalgia de una galería de recuerdos y constatar que las escasas producciones regionales tampoco circulan entre países vecinos (SÁNCHEZ RUIZ, 2004). Frente al rollo compresor hollywoodense, el volumen de producción autóctona es tan marginal que cualquier premio internacional es motivo de orgullo nacional casi deportivo.

El programa faro Ibermedia es muy ilustrativo al respecto. Creado en 1997 para hacer frente a esta situación, es un programa de estímulo a la coproducción de películas para cine y televisión en Iberoamérica, que cuenta actualmente con la participaci-

1 Ver DANE, 2003; INE, 2004; MARTÍNEZ GARZA Y LOZANO, 2005; Secretaría do Audiovisual, 2000; SNCC, 2005

ón de doce países de Latinoamérica y el Caribe, más España y Portugal, miembros de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI). En nueve años de operación efectiva (1998-2006) ha fomentado un total de 236 coproducciones de largometraje, una media de 26 por año.² En el mismo período, Hollywood produjo una media de 629 largometrajes por año.³

Coincidentemente, el modelo tradicional de cine de barrio con amplia variedad de proyecciones y fuerte capacidad de convocatoria es, como en muchas otras regiones, cosa del pasado. Triunfo de la homogenización en contenido y forma, las salas de cine en *múltiplex* comparten oropeles y producciones en gran escala, las cuales se consiguen al poco tiempo en las tiendas de alquiler de DVD. Eso es la versión oficial, porque en las veredas, aceras o *calçadas* estas mismas producciones ya eran disponibles antes de fecha, en versión de carátula fotocopiada, entre recopilaciones caseras de MP3 y *software* de dudosa proveniencia.

Entonces, parafraseando libremente a Serge Gruzinski (1998), el historiador de la “colonización del imaginario”, ¿Latinoamérica habrá perdido la “guerra de las imágenes”?

Cambios de escenario

Como vimos, la mayoría de los análisis están centrados sobre indicadores tradicionales de producción y consumo audiovisuales. Invirtamos las perspectivas, empezando por la televisión, considerando que el modelo de negocios dominante de la televisión hertziana abierta fue desarrollado para fomentar el consumo de los bienes publicitados en la pantalla (HAMBURGER, 2005). La rápida expansión de la televisión por cable añadió una variable a este modelo de negocios al poner un precio al servicio de distribución de contenido diferenciado para públicos segmentados. Pero seguimos dentro de un modelo de difusión, con la tendencia a consolidar oligopolios, integrando verticalmente distribuidores y programadores.

¿Por qué se consolidó el “sistema Hollywood”, inclusive en sus avatares latinoamericanos autóctonos? Por su control sobre los canales de distribución, lo cual se aplica tanto a la televisión como al cine y al DVD. Al igual que en otros sectores económicos donde, en condiciones oligopolísticas, impera la ley de rendimientos decrecientes, se

2 Elaboración propia a partir de los datos detallados en <http://www.programaibermedia.com>

3 Elaboración propia a partir de datos de la Motion Picture Association of America en <http://www.mpa.org>

priorizó el “80/20”, o sea, el mínimo de producciones que permiten maximizar el retorno, expulsando lo demás hacia los márgenes. ¿Qué pasaría si se revertiera la ecuación, aunque sea parcialmente, con un usuario con capacidad de respuesta y de intercambio con otros usuarios? Pasaríamos a otro modelo, más heterogéneo, de tipo nodal. Es la promesa de la segunda generación de Internet, donde la distribución en línea y las redes de colaboración entre usuarios tienen el potencial de romper el cuello de botella del modelo hollywoodiano. En contextos de menor penetración de Internet, la televisión digital permitirá también centrar el modelo sobre el usuario, que dejará su rol pasivo frente a la pantalla al poder elegir, programar, incidir en la programación.

Si a lo anterior añadimos la mayor accesibilidad a los medios mismos de generación de contenido, desde cámaras digitales hasta islas de edición pasando por sistemas de almacenamiento de datos, y la puesta en línea de gigantescos acervos multimedia digitalizados, observamos que están reunidos los elementos para una multiplicación de usos y formatos audiovisuales mucho más allá de las categorías información/entretenimiento o nacional/importado, por más que sean tan sólo márgenes entre/al borde de los rituales colectivos de la telenovela de las ocho, la copa Libertadores o la última película de superhéroe.

Pero ¿qué pasa cuando se combina la experimentación en los márgenes con el cambio generacional? Sólo para asomarse brevemente al terreno de la construcción de la subjetividad, de la mano por ejemplo de Suely Rolnik (2006), quedaría por cartografiar la dimensión micro de los espacios que se abren con las intervenciones y manipulaciones en cortos, blogs, juegos en línea y otras proyecciones e interlocuciones audiovisuales, para multiplicar y compartir hasta el cansancio.

¿Que falta mucho para que se generalice el acceso y el uso de Internet en Latinoamérica? ¿Que la televisión digital está en sus balbucesos? Está claro, y por añadidura la brecha digital parece consolidar de forma dramática el abismo social existente, pero el punto aquí está en abrir otras perspectivas sobre iniciativas y prioridades de inversión para fomentar la tan anhelada “integración audiovisual regional”.

Hacia un Ecosistema Audiovisual Latinoamericano

Es muy significativo que no se haya logrado llegar hasta la fecha a un estándar regional de televisión digital. Las presiones sectoriales y la inercia institucional parecen llevar hacia la implementación de sistemas de televisión digital que

minimicen su potencial para replantear el modelo centralizador de televisión analógica (GALPERIN, 2004).

La experiencia en curso de TeleSUR⁴ introduce matices importantes en esta difícil evolución, particularmente a través de la articulación de una Factoría Latinoamericana de Contenidos (FLACO) que abriría preciosos espacios para producciones independientes y miradas marginadas, sobre todo si logra disparar reacciones en cadena al crear circuitos locales sustentables que se enlacen en red, de forma no centralizada.

Para lograrlo, este tipo de iniciativas debería articularse, sin imponerse, con la multitud de acciones y redes que se aglutinan y se reconfiguran sin cesar, sean televisiones comunitarias, cine clubes, asociaciones, festivales o acervos de la imagen, es decir un auténtico ecosistema audiovisual que se reinventa desde diferentes ámbitos y aproximaciones.

Bajo esta perspectiva, se podría favorecer enormemente la vitalidad del ecosistema centrandó eventuales intervenciones sobre los medios de facilitación. Lo cual es perfectamente consistente con una agenda de integración latinoamericana orientada hacia la realización de obras de infraestructura vertebradoras. En efecto, si por *integración regional* entendemos el conjunto de procesos mediante los cuales se afianza una mayor interlocución, en todos los niveles, entre y dentro de sociedades marcadas por la desigualdad, en el ámbito audiovisual contemporáneo deberíamos ver reflejada la abigarrada trama de semejante batahola continental. Pues no es el caso.

Facilitar el desarrollo del ecosistema audiovisual latinoamericano implica antes que nada un esfuerzo descomunal de compatibilización de sistemas nacionales, normativos e institucionales, bajo el signo de la diseminación, aprovechando los atajos tecnológicos que se vienen, desde la televisión digital hasta el Internet de segunda generación.

Sobre esta base, las políticas sectoriales podrían focalizarse en capitalizar lo existente, desde las redes de transmisión de datos hasta los centros de informática y ciudadanía orientados hacia la reducción de la brecha digital, y fomentar la adopción de tecnologías disponibles, como la proyección cinematográfica digital. Este último caso es sintomático: los medios existen, son accesibles, hasta los modelos de negocio están claros, pero se mantiene la inercia del modelo de distribución actual.

Un ecosistema vivo digiere el *status quo* de la misma forma que se alimenta de sus condiciones de contorno. Debe estar por tanto articulado con otros ecosistemas.

4 <http://www.telesurtv.net/>

Pensar la integración regional no significa cerrarse sobre sí mismo, sino intensificar interacciones internas para tener elementos de interlocución en los márgenes. Inclusive si significa exportar telenovelas.

Referências Bibliográficas

- BERGAMO, Alexandre. "Imitação da ordem: as pesquisas sobre televisão no Brasil", *Tempo Social* 18 (1), pp.303-328, 2006.
- DANE. *Encuesta Nacional de Calidad de Vida*. Bogotá, Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2003.
- FUENZALIDA, Valerio. "La TV como industria cultural en América Latina", *Pharos* 8 (1), Santiago de Chile, pp.3-45, 2001.
- GALPERIN, Hernán. "Comunicación e integración en la era digital: un balance de la transición hacia la televisión digital en Brasil y Argentina", *Comunicación y Sociedad* 1, Guadalajara, México, pp.29-50, 2004.
- GRUZINSKI, Serge. *La guerre des images : de Christophe Colomb à « Blade Runner », 1492-2019*. Paris, Fayard, 1998.
- HAMBURGER, Esther (coord). "Perfil sócio-demográfico da audiência de televisão, 1970-1997", *DiverCidade: Revista do Centro de Estudos da Metrópole* 7, São Paulo, 2005.
- INE. *Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre*. Santiago de Chile, Instituto Nacional de Estadísticas, 2004.
- MARTÍNEZ GARZA, Francisco Javier y LOZANO, José Carlos. Flujos televisivos y cinematográficos en México, *Comunicación y Sociedad* 3. Guadalajara, México, pp.47-66, 2005.
- ROLNIK, Suely. *Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo*. Porto Alegre, Sulina, 2006.
- Secretaria do Audiovisual. *Diagnostico Governamental da Cadeia Produtiva do Audiovisual*. Brasília: Ministério da Cultura/Secretaria do Audiovisual, 2000.
- SNCC. *Sistema Nacional de Consumos Culturales*. Buenos Aires, Presidencia de la Nación/ Secretaria de Medios de Comunicación, 2005.