

Un nuevo desorden audio-visual

- Industria y acceso.

Hablar de industria audio-visual en España es utilizar un nombre inadecuado: no existe ni una producción seriada, ni un mercado. Los dos métodos de financiación que conocemos y practicamos en éste ámbito de producción, la subvención estatal o autonómica y la co-producción con televisión, están por el momento, prácticamente agotados.

Es más, los que insisten en la política de subvenciones parece que sólo buscan un marco de privilegios en la decadente política audio-visual.

Decadente por falta de imaginación y de apertura y porque a manera de una corte principesca tiene una estrategia de sumisión/halago/premio; cadencia lineal donde sólo hay lugar para unos pocos.

- Cuanto menos, más:

La paradoja estriba en que cuando peor parecen ir las cosas en el campo de la producción de narraciones audio-visuales, es mayor la posibilidad de acceso a las herramientas para crear y comunicar a partir de imágenes y sonidos. El desarrollo y el abaratamiento del material técnico ha creado un desequilibrio ciertamente perverso entre las posibilidades de producción y las restricciones que los canales de distribución establecen. Al mismo tiempo, la gran cantidad de centros de enseñanza que continuamente se abren, indican que el personal siente una gran fascinación por saber/hacer en éste sector donde prácticamente no hay un incremento en la demanda de empleo, sino que todo lo contrario. En síntesis: como en todos los ámbitos donde se pone en juego una producción expresiva, las maneras de gestar son tan importantes como los resultados, y en ésta búsqueda no hay patrones ni reglas finales: hay que buscarse continuamente la vida. Quienes buscan "soluciones", están sólo pidiendo favores y privilegios.

- Centralización ≠ tecnología.

Si no fuera por el aluvión tecnológico que permite registrar, generar y grabar imágenes y sonidos a bajo coste, muy pocos se plantearían el tema de la producción de contenidos audio-visuales. La puesta a punto de la cámara de 16 mm tras la II Guerra mundial no solo introdujo un abaratamiento y facilidad de manipulación, sino un cambio en las maneras de hacer y por lo tanto en los contenidos de una cinematografía controlada por grandes empresas. Del "encogimiento" de los medios de registro (filmación y grabación) y el acelerado proceso de domesticación de la máquina, han pasado ya más de 40 años y ahora le viene tocando el turno a los canales de distribución.

- Emisión: Canales de cable.

La principal ruptura de los modelos tradicionales: el emisor que escoge y precinta los mensajes enviados a una multitud que los recibe -y se aviene con modestia al pulgar/zapping-, se produce con la inundación de información que se distribuye a través de la red ciudadana de fibra óptica que hace posible la existencia de verdaderas pistas de comunicación múltiple. De las frecuencias de onda hertzianas, controladas y retenidas por el estado y compradas y utilizadas por las grandes corporaciones (mantenida con una legislación de los espacios aéreos totalmente absurda y antidemocrática) a la diversidad que permite la proliferación de pequeños canales hay un salto importante.

- TV en USA.

El ejemplo americano en la búsqueda de nuevas formas de producción y distribución tiene su importancia no para copiar un modelo que pocas semejanzas tiene con nuestra trayectoria, sino como información de nuevas actitudes en un mercado, como el de USA, que fija las pautas económicas del mercado mundial, y que por tanto, es por ahora quien mejor transluce las carencias y posibilidades futuras. Del casi centenar de canales que pueden emitirse y captarse en New York a través de la T.V. por cable, el 80 por ciento tiene una programación que emite material producido por las diferentes comunidades étnicas y por los grupos o creadores independientes. Pero, ojo creadores independientes, no alucineis aún. Sólo en 4 ó 5 de estos canales pagan a los productores por la difusión del material. El resto del material es cedido gratis o producido expresamente. La consecuencia es un sinfín de programas hechos por gente que sin voluntad de reconstruir el discurso "profesional", relata sus historias, la mayoría de ellas, influidas por el estilo rápido y cliposo de la MTV. No se trata de un paraíso de los contenidos, pero sí de un poderoso canal de comunicación democrático. La multiplicación de los canales de emisión, con una gran diversidad de oferta en la programación, exige incluso, un cambio en los parámetros del sentido estético.

Los falsos dilemas de la televisión actual entre baja o alta cultura, o las discusiones en torno a la calidad de la programación pasan a un segundo plano. El televisor deja de ser, a partir de la proliferación de canales, un emisor de cultura, para pasar a ser un medio de contacto y comunicación. Los distintos grupos ideológicos que se aglutinan en productoras independientes de variada trayectoria y trabajo emiten sus programas por éstos canales. La D.C.T.V. (Downtown Community TV Center) orientada principalmente al documental, y con galardones muy importantes dentro del campo del periodismo combativo e independiente, programa en éstas cadenas parte de su producción documental y de su trabajo educativo en el campo de la imagen destinado a la acción comunitaria. Paper Tiger Television Collective, otro grupo de "TV combate", construye generalmente programas en plató, donde se juega irónicamente con la puesta en escena de los concursos, pero donde se analizan los contenidos y formas que adoptan los media. Paper Tiger promueve además una acción de

difusión independiente en programas didácticos sobre "como construir una radio o T.V de barrio". Pero no sólo los grupos constituidos sobre la base de la producción audio-visual tienen cabida en estas emisiones. La mayoría de los grupos de activistas: feministas, afro-americanos, gays, amantes del automóvil, ecologistas, y todo el extenso etcétera en que se atomiza la sociedad neoyorkina busca tener imagen y palabra.

Frente a esta competencia de la cantidad y de las nuevas formas, que son de hecho las que más atraen al público, las cadenas sean estatales o privadas, pero concebidas como estructuras mastodónticas entran en franca crisis.

- T.V. e informática.

El aluvión de los mini-espacios y la diversidad temática es una fuerte competencia a las corporaciones de TV donde pululan los concursos y un amarillismo mórbido, siempre ligado a los grandes anunciantes. Las corporaciones de TV que necesitan de grandes inversiones/beneficios económicos y que hasta ahora fijaban las reglas del juego, observan como menguan sus ganancias y que sus estructuras les son poco funcionales. Una vez que la informática ha llegado a los hogares, los grandes "medias" ven como los centros de bases de datos, generalmente gestados por pequeñas empresas domésticas, obtienen hoy en día los mayores beneficios en el ranking de éxitos. Como dice M. Crichton - que tras su acceso a la fama con los dinosaurios tiene bula papal para hablar de lo que le parezca: "... y quien desea ver un telediario recortado y editado por un manipulador-mediatizador, cuando podemos tener un acceso directo a las fuentes?". Chichton, con vocación de profeta, vaticina la desaparición de los grandes "medias" para antes de 10 años.

- Desordenar el patio.

La variación integral en los canales de emisión es imparable. No porque exista una voluntad del poder de descentralizar, sino que en un país donde los números mandan sin ética ni rencor, el acceso directo es simplemente más eficaz y lúdico para el público que el masticador de mensajes empaquetados. Si en los últimos años la eclosión en el mercado de las máquinas de grabación fue el motor de la industria tecnológica doméstica, con más de 4 millones de video-cámaras rodando por el mundo, hoy en día asistimos a la de los ordenadores personales conectados a una red multifuncional. El ordenador como terminal de la línea telefónica permite recoger información audio-visual variada en función de las necesidades y gustos del usuario. Un experimento pionero en europa fue el de Francia con el "Minitel", a través del cual unos 6 millones de usuarios interconectados a través de la línea telefónica son capaces de recibir información variada e intercambiar mensajes. Esta revolución en el servicio informativo, tiene su paradigma próximo en el servicio

de T.V. a la carta. No más horarios de emisión, ni anuncios de publicidad que determinen la programación. El usuario podrá escoger en su terminal el o los programas que desee ver, y pagará por su visionado el precio de catálogo. Pero la distribución/emisión audio-visual no solo significa el acceso a los hogares. La posibilidad de acceso e intercambio de bases de datos también permite la creación de pequeños públicos o grupos con afinidades. Los pases de vídeos independientes en salas especializadas, el acceso a material de distribución a través de C.D.Rom, las enciclopedias interactivas, y un largo etc. en la oferta de acceso e intercambio informativo genera, tal vez por primera vez, un "nuevo desorden", todavía sin visos de poder ser controlado en forma centralizada. El punto de luz en la pantalla/monitor, es como todo punto de luz, un punto de información. La muy manida Televisión explotó y estrujó al punto a su gusto y con prepotencia. Ahora viene otro orden, si bien no del todo claro, por lo menos "no del todo claro"

- Lo que reluce es oro.

Todas estas nuevas tendencias comunicativas tendrán claras ventajas y cambios cualitativos para un sector de la población, si bien grande, al menos restringido a aquellos con terminal informática y cuenta bancaria. En nuestras sociedades de futuras masas sin residencia fija y con un continuo aumento del paro y las diferencias sociales; donde la vuelta a la primera revolución industrial que plantea el mercado de trabajo devendrá un campo de conflictos hasta ahora desconocidos (supongo que los sindicatos intentarán variar las estrategias de lucha) hablar de acceso democrático a la comunicación en función de nuevos modelos/herramientas comunicativas parece ser un poco frívolo. Pero precisamente es en el centro de la concepción del poder donde incidirán estos cambios de comunicación y de conducta, y en la industria que junto a la militar - con la que combina y comparte inventos y estrategias- hoy en día representa el mayor desarrollo y poderío económico.

Jacobo Sucari. Barcelona, 3/3/1994.

Jacobo Sucari.

Tel. Móvil: 699.385.179

E-mail: jsucari@arrakis.es

Web: <http://www.jacobosucari.com>