



ALEXANDRO ESCUDERO NAHÓN  
DIANA ELISA GONZÁLEZ CALDERÓN  
(Editores)

---

# ESCENARIOS Y DESAFÍOS DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA EN EL ESPACIO AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO

Alexandro Escudero Nahón  
Diana Elisa González Calderón  
(Editores)

**Escenarios y desafíos de la comunicación y la cultura  
en el espacio audiovisual iberoamericano**

Alexandro Escudero Nahón  
Diana Elisa González Calderón  
(Editores)

**Escenarios y desafíos de la comunicación y la cultura  
en el espacio audiovisual iberoamericano**

## COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Dra. Diana Lucía Álvarez Macías.  
*Instituto Tecnológico Autónomo de México. México.*

Dra. Diana Elisa González Calderón.  
*Universidad Autónoma del Estado de México. México.*

Dr. Rodrigo Browne Sartori.  
*Universidad Austral de Chile. Chile.*

Dr. Eduardo Huárag Álvarez.  
*Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú.*

Dr. Claudio Fernando Lobeto.  
*Universidad de Buenos Aires. Argentina.*

Dr. Roberto Trejo Ojeda.  
*Universidad de Chile y Universidad Regional de O'Higgins. Chile.*

Dr. Alexandro Escudero Nahón.  
*Universidad Autónoma de Querétaro. México.*

EDITA:  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA

Servicio de Publicaciones UNIA  
Monasterio de Santa María de las Cuevas  
Américo Vespucio, 2. Isla de la Cartuja, Sevilla  
publicaciones@unia.es  
<https://www.unia.es/publicaciones>

© De la edición: Alexandro Escudero Nahón y Diana Elisa  
González Calderón  
Fotografía de cubierta: Diana Elisa González Calderón

Fecha de la edición: 2017

ISBN: 978-84-7993-335-7

DEPÓSITO LEGAL: SE 1940-2017

# ÍNDICE

<b>Presentación</b> .....	8
<b>1. Videoperiodismo digital: claves para la transición desde el periodismo tradicional</b> <i>Diana Lucía Álvarez Macías</i> .....	10
<b>2. La Villa del Cine: el retorno del Estado como productor cinematográfico</b> <i>Maurizio Liberatoscioli</i> .....	29
<b>3. Cine y ley de medios. El modelo audiovisual en Argentina durante la gestión kirchnerista (2003-2015)</b> <i>Claudio Lobeto</i> .....	40
<b>4. Capitalismo neoliberal y el cine chileno actual: Apuntes sobre la Economía Política del Cine Chileno</b> <i>Roberto Trejo Ojeda</i> .....	62
<b>5. Literatura y cine: el caso de las adaptaciones</b> <i>Eduardo Huárag Álvarez</i> .....	91
<b>6. El documental como instrumento de integración y cooperación para el desarrollo en Latinoamérica</b> <i>Luis Miguel Bueno Sánchez, Asbel Guzmán Corona, José Roberto Levy Álvarez</i> .....	111
<b>7. Estado actual de <i>La Radio Cultural de México</i>: un oído hacia Radio Educación</b> <i>Gabriela Sosa Martínez</i> .....	136
<b>8. Logros en el manejo de la escenografía como elemento comunicador en el contenido audiovisual de la televisión regional del Caribe colombiano (1997 – 2017)</b> <i>Melvin Patricio Maury Jiménez Campo</i> .....	157
<b>9. El Patrimonio Cultural y la Comunicación, una oportunidad para el Desarrollo Humano</b> <i>María Cristina Díaz Velásquez</i> .....	173

<b>10. Cambios en la gestión de la comunicación en una institución pública latinoamericana: 14 años del Centro de Fotografía de Montevideo</b> <i>Elena Firpi Cazes</i> .....	192
<b>11. Tecnologías de información y comunicación y migración en el nuevo espacio audiovisual: estudio de cuatro comunidades del sur de Ecuador</b> <i>María Eugenia Estrella Toral</i> .....	214
<b>12. El tratamiento de los medios y su influencia en la visibilidad de minorías, discapacitados y adultos mayores</b> <i>Oscar Alberto Cardoso</i> .....	243
<b>13. El “Cine de Mujeres” en México: un concepto entre el género de emisión y la intención de-constructiva</b> <i>Diana Elisa González Calderón</i> .....	265
<b>14. Propuesta metodológica para abordar la desigualdad de género en la economía digital mexicana</b> <i>Alexandro Escudero Nabón</i> .....	280
<b>Breves reseñas biográficas</b> .....	301

## AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer especialmente a Enrique Martínez López y Alexandra Posada Álvarez. Este libro no hubiera sido realidad sin su invaluable ayuda. Ambos apoyaron entusiastamente la idea de editar el libro y mantuvieron una atención precisa y constante en cada fase del proceso. En algún sentido, también son autor y autora de este producto. Definitivamente, los escenarios y los desafíos de la comunicación iberoamericana son más amables cuando los equipos de trabajo cuentan con personas como Enrique y Alexandra. Gracias, amigo; gracias, amiga.

## PRESENTACIÓN

El espacio audiovisual iberoamericano presenta nuevos escenarios y desafíos ante la irrupción de la tecnología digital de última generación. Los creadores de contenidos audiovisuales, los públicos, los géneros audiovisuales y los hábitos de disfrute y consumo están siendo transformados, a veces, de manera radical.

En particular, los últimos 20 años de historia de la producción audiovisual en Iberoamérica han sido definidos por la aparición de la Internet, así como por la presencia ubicua y transversal de nuevas tecnologías en la vida cotidiana. Los soportes, los formatos, los dispositivos, los contenidos y los públicos, han cambiado de tal manera que quienes se dedican a la producción o al estudio del espacio audiovisual en Iberoamérica coinciden en asegurar que la convergencia de los nuevos medios en plataformas digitales está configurando un escenario inédito para la producción audiovisual.

Esos escenarios plantean desafíos para su análisis. Por eso, es imprescindible generar reflexiones oportunas y multidisciplinarias por parte de los profesionales

de los medios de comunicación, de los investigadores sociales, e incluso de profesionistas de disciplinas adyacentes a la comunicación y la cultura. Este libro propone un ejercicio interesante de experiencias y de andares, de reflexiones sobre las transformaciones que han sufrido los escenarios audiovisuales y los desafíos que supone esto para nuestras disciplinas de estudio.

Los artículos que componen este libro exponen diversas aristas temáticas de la comunicación como ente palpable de la cultura iberoamericana. Esta diversidad de voces recorren varios géneros, como el cine, el documental, la fotografía, la radio o la convergencia de los medios; asimismo, analizan temas emergentes como la gestión cultural e institucional en una Iberoamérica globalizada; también se realizan estudios con categorías de análisis potentes, como la perspectiva de género, para identificar las desigualdades en el acceso, uso y representación de los hombres y las mujeres en el discurso iberoamericano.

Usted, estimado lector, está invitado a construir con las y los autores de este libro la historia de la producción audiovisual de Iberoamérica porque, por muy novedosas o vanguardistas que sean las tecnologías actuales, aún requerimos un público dispuesto a leer nuestra historia sobre la producción audiovisual; la lectura que usted haga también construye nuestra historia.

## CAPÍTULO 1

# VIDEOPERIODISMO DIGITAL: CLAVES PARA LA TRANSICIÓN DESDE EL PERIODISMO TRADICIONAL

DIANA LUCÍA ÁLVAREZ MACÍAS

### 1. Introducción

Las empresas periodísticas están atravesando una transformación radical derivada del avance tecnológico que implica cambios en los modelos de distribución y consumo de la información, en los hábitos de lectura de noticias y, fundamentalmente, en los modelos de negocio tradicionales (Costa-Sánchez, et. al., 2016). Esta revolución ha implicado una convergencia periodística en el mundo digital, en el cual hay una tendencia que destaca: el consumo de videos noticiosos accesibles a través de dispositivos móviles. Por ello, las empresas periodísticas han tenido que adaptarse para ofrecer información en video y distribuirla a través de redes sociales y medios digitales.

En este contexto, se pretende reflexionar sobre la transición que está sufriendo el videoperiodismo en esta nueva época, poniendo el acento en el periodista y no en los contenidos ni en los formatos y lenguajes. El análisis está sustentado sobre todo en la experiencia de la autora, derivada de coordinar en los

últimos cinco años el proceso de capacitación para transformar a periodistas tradicionales en periodistas *multiplataformas* o, para ser más precisos, en periodistas integrales. Además, han sido muy valiosas las observaciones que en entrevistas y conversaciones han aportado decenas de periodistas que han experimentado o están viviendo este proceso de cambio.

Esta transición es fundamental para las empresas y las personas involucradas y, por ello, se propone que debe estar centrada en dos aspectos fundamentales: primero, visualizar un perfil real del periodista que debe trabajar en las redacciones integradas, y segundo, desarrollar las habilidades necesarias para enfrentar este reto.

## **2. De la irrupción de los dispositivos móviles a la convergencia periodística**

Desde que el primer teléfono inteligente (Simón) fuera lanzado por IBM en 1994 (McLoughlin, 2014), esta tecnología ha evolucionado y transformado radicalmente el consumo de información tanto en forma como en tiempo. Hoy, una persona puede recibir cualquier información que provenga de cualquier lugar del planeta en formatos textuales y audiovisuales en un solo dispositivo y casi instantáneamente sin importar en dónde se ubique el receptor o si está en constante movimiento. Para Márquez (2017), el llamado *smartphone* es un metamedio cuya característica diferenciadora es su movilidad: “El *smartphone* es la prótesis principal de nuestros días. Y es una prótesis nómada, que siempre llevamos con nosotros. En este sentido, se trata del objeto propio del ‘ciudadano nómada’ siempre en movimiento que configura nuestra creciente sociedad móvil”. Estos soportes han sido denominados la “cuarta pantalla” (Aguado y Martínez, 2008), en tanto que son los herederos del cine, la televisión y la PC-Internet:

*Los dispositivos móviles constituyen por antonomasia una ‘herramienta útil para satisfacer las necesidades sociales (personalización e identificación/integración en los grupos de referencia) y de comunicación en todas las esferas de interacción del individuo: social, personal y profesional’. Junto a ello intervienen*

*aspectos económicos (subvención de terminales, ofertas, políticas de tarificación, etc.) o funcionales (autonomía, conectividad, tamaño y funcionalidad de la pantalla, diseño, etc.).*

En los últimos años la discusión, dentro del ámbito periodístico, tanto en la perspectiva empresarial como en la académica, se ha centrado en cómo aprovechar la irrupción de los dispositivos móviles en la vida de millones de personas (López García, X. et. al., 2015). Han surgido diversos conceptos como “periodismo móvil”, “periodismo transmedia”, “Narrativa transmedial” (Barrios Rubio y Zambrano Ayala, 2015), entre otros, para intentar explicar las necesidades que esta realidad está imponiendo a la generación y consumo de información.

En esta perspectiva, el principal concepto asociado a los dispositivos móviles es el de “convergencia” de los medios: en un solo aparato una persona accede a productos que antaño debía consumir en diversos soportes: contenidos impresos (periódicos, libros, revistas), de audio (radio) y audiovisuales (televisión y cine). H. Jenkins (2008) habla de una cultura de la convergencia, es decir, múltiples sistemas mediáticos que permiten que los contenidos circulen fácilmente a través de ellos. Este enfoque evita el determinismo tecnológico pues clarifica que la convergencia va más allá de tener un solo aparato. Esta convergencia implica cambios en las personas, tanto en su consumo de información, como en la relación con los medios: las audiencias móviles pueden transitar por diversos medios, lenguajes y formatos, y los contenidos fluyen a través de diversas plataformas y van a su encuentro. Por esto, los medios han tenido que establecer nuevos modos de producción y de distribución de sus productos para que, de acuerdo con López García, Westlund y Silva Rodríguez (2015), se aproveche el potencial de los usuarios, de las audiencias, como consumidores y fuentes, pero también como generadores de mensajes. Estas audiencias están conformadas por usuarios móviles que exigen rapidez y la comodidad de tener productos culturales en la palma de su mano. Según Costa-Sánchez (2016), la integración multimedia es la ventaja mejor utilizada de las que ofrece la tecnología móvil:

*El lenguaje escrito, audiovisual e interactivo se consolida en una misma pantalla, que supone un paso más en la convergencia mediática. Su disposición a*

*la convergencia de medios/lenguajes/contenidos es una de sus grandes potencialidades... Son texto y vídeo, gráficos e imágenes.*

De la convergencia de medios se transitó a la convergencia periodística, término que define la integración de las redacciones (medios tradicionales y nuevos medios) en una sola estructura que comparte la producción y la distribución de los contenidos. "...alude a un proceso de integración de modos de comunicación tradicionalmente separados que afecta a empresas, tecnología, profesionales y audiencias en todas las fases de producción, distribución y consumo de contenidos de cualquier tipo" (Barrios Rubio y Zambrano Ayala, 2015). Desde la irrupción del paradigma digital en los medios periodísticos, en la primera década del Siglo 21, tanto los medios como los investigadores del fenómeno debatieron entre la necesidad de que las redacciones se integraran o se mantuvieran separadas. Según Badía Valdés, et. al. (2017), ya en 2004, Singer proponía la necesidad de la integración y describen esta convergencia periodística como la integración completa de las redacciones, con Internet como centro de la unión, con equipos periodísticos que trabajen con audio, imágenes y textos al mismo tiempo y no por funciones diferenciadas: equipos editoriales multiplataformas y un editor multimedia que supervise las operaciones.

### **3. El videoperiodismo en la era de la integración**

En Televisión, la información audiovisual ha sido un modelo lineal de codificación ampliamente aceptado (Pestano Rodríguez, 2008): "... se trata de un modo comunicativo negociado a lo largo de mucho tiempo con la audiencia, de manera que se presenta de manera similar, aunque con variaciones menores, en cada cadena." La estructura lineal se construye con piezas que se enlazan unas con otras para formar secciones, para dar jerarquía, para dividirse en tiempo: a mayor importancia, más segundos. Por ello, tradicionalmente las noticias en televisión están estructuradas de manera muy rígida dentro del formato estándar del noticiario, el cual demanda muchos recursos, tiempo y personal para hilvanar una secuencia de textos ilustrados con imágenes del día o de archivo, mezclados con los cortes del presentador, algún corte en directo con reporteros y alguna breve

entrevista en estudio. Los noticieros de televisión crean la ilusión de ver la realidad cuando ocurre y “... lo único que sucede en directo es el conjunto de operaciones técnicas para unir los distintos componentes del informativo mediante un hilo conductor, el discurso del presentador, que sí se produce en directo. Hasta hace bien poco, las noticias en las que se incluían una conexión en directo eran realmente excepciones a la norma; por lo general, suponían más una indicación de la relevancia de la noticia –fruto de su carácter excepcional–, que la consecuencia de un verdadero interés por ver cómo se estaba desarrollando el acontecimiento en ese instante” (Martín Sabarís, 2002).

En la actualidad, la convergencia multimedia ha liberado al videoperiodismo de generar productos como el noticiero, con el cual se pretendía informar sobre todo lo que sucedía, y que por ello sus realizadores estaban obligados a usar imágenes siempre, aunque no contaran con tomas de los hechos y tuvieran que recurrir al archivo o a ciertos trucos, como colocar al reportero frente a un edificio en donde, supuestamente, se estaba llevando a cabo el suceso noticioso, por ejemplo. Hoy, el periodista tiene la opción de decidir en qué plataforma se cuenta mejor cada información y cuál es el momento oportuno para ser entregada a la audiencia. Una conferencia de prensa puede sintetizarse en el dato del crecimiento del desempleo que se enviará a través de un tuit, mientras una videonota puede mostrar el sufrimiento de un desempleado que, junto con su familia, ha sido desalojado de la vivienda que no puede pagar; en tanto que un reportaje escrito analiza a fondo la situación de la crisis económica que vive la ciudad. Para lograrlo, se deben conocer los procesos de lectura-recepción de cada plataforma.

Con esta perspectiva, el videoperiodismo en la época de la convergencia debe centrarse en generar piezas (productos) que informen oportunamente a través de la equilibrada integración de los lenguajes texto-audio-imagen, es decir, que tengan como prioridad *mostrar* lo que sucede, no ilustrarlo o decirlo, por lo que la prioridad está en la imagen, en la generación de imágenes propias y novedosas. El objetivo debe ser informar con la mayor oportunidad y brevedad posible, a través de aprovechar al máximo el potencial del lenguaje audiovisual, para contribuir a la conversación en las comunidades virtuales y, de esta forma, generar tráfico y *viralidad*.

El videoperiodismo tiene diversas opciones en cuanto a formatos, pero el producto primario es la videonota que, en general, constituye la mejor manera de contar una noticia en redes sociales. Por ello, en el análisis nos centraremos en este tipo de producto periodístico. Para que sea efectiva, la videonota debe ofrecerse como una unidad: los diferentes lenguajes (audio, imagen y texto) no pueden avanzar descoordinados ni en diferentes tiempos o velocidades. Este producto debe concebirse para llegar a donde está la audiencia, por lo que la arena de competencia informativa está en las redes sociales, donde las audiencias son más críticas y volátiles. El paradigma de este producto es que las audiencias quieren ver lo que pasó, no que se lo cuenten. Por ello, es fundamental que la videonota se distinga de la noticia ofertada en los tradicionales noticiarios: ahora el periodista debe contar una historia, no ilustrar un dato o *vestir* una declaración. En otras palabras, la columna vertebral es la historia que se cuenta, la cual debe conjugarse con una entrada de impacto. Recordemos que la noticia es la esencia y origen de una videonota. Parece obvio, pero este principio no debe olvidarse en aras de generar impacto, porque el lector que no recibe información noticiosa en este tipo de productos se siente engañado. La intención editorial es la piedra angular de la videonota: debe contar con un ángulo y una propuesta, sin editorializar ni exagerar la información. Debe intentar, de manera creativa, generar reacciones en la audiencia, ya sea racionales o emocionales: indignación ante un abuso de autoridad, empatía ante una tragedia, por ejemplo. Estas reacciones permitirán que el grupo periodístico se inserte en la percepción y en la conversación de la audiencia. Sin embargo, la creatividad no debe afectar al entendimiento, sino que debe contribuir a él.

Las características del videoperiodismo de esta época obligan a pensar distinto. Suárez (2017) afirma que se deben dejar de lado los formatos, los puntos de vista, las estructuras y formas de edición de las noticias de televisión, y confirma que la convergencia también ha llevado al reportero a regresar a las calles, a limitar el reporte de escritorio y de teléfono, porque debe mostrar lo que sucede, no limitarse a contarlos frente a la cámara.

El reportero debe generar una nueva perspectiva que lo lleva a buscar distintos ángulos, a hablar con más fuentes o a profundizar en las vivencias de las

personas involucradas. Este videoperiodismo no permite la cobertura de conferencias de prensa ni entrevistas de banqueta que busquen realzar la frase del funcionario o la celebridad y luego rellenar el tiempo con el reportero a cuadro o con imágenes de archivo o tomas que *vistan* la voz en off que, en el sistema anterior, suplían la intención y creatividad editorial. La videonota debe contar una historia, lo que requiere investigación, tiempo y planeación, para lo cual articula materiales e integra lenguajes.

En esta época de *fake news*, de exceso de información y productos en las redes, el videoperiodismo debe cultivar la credibilidad y la oportunidad: No hay espacio para las declaraciones ni las disertaciones, mucho menos para las escenas alteradas o fabricadas, por lo que toda imagen debe ser auténtica, verificada, y los datos que muestren deben ser confirmados; cada imagen debe contar con un contexto adecuado, justo y relevante, pues no se puede suponer que la audiencia conoce el tema. Además, con los nuevos formatos digitales para video, es posible incluir de forma sencilla comparativos, gráficas, tablas, y otros elementos que ayudan a visualizar datos relevantes para la historia que se cuenta. Finalmente, el estilo de redacción debe ser distinto al usado en medios impresos y digitales. Cuando se hace un guion, es recomendable dejar que los entrevistados cuenten su historia, pero si es necesaria la voz en off, el texto debe ser escrito para ser escuchado, con oraciones breves y lenguaje sencillo, con las palabras precisas para evitar ser malentendidos.

#### **4. Las claves de la transición: el perfil y las habilidades del periodista**

Con el avance tecnológico las diferencias entre medios se rompieron y los mercados se integraron, o más bien, la percepción de las audiencias se modificó. Con la irrupción del llamado periodismo móvil, o la posibilidad de acceder a la información desde dispositivos inteligentes, todos deben pensar en el mismo lector-internauta-consumidor de redes: es una misma persona que tiene hábitos de consumo de información que deben ser satisfechos con una estrategia integral. Por ejemplo, en la Ciudad de México, un consumidor de noticias *típico* de

esta época puede comenzar muy temprano su consulta, al despertarse y tomar su smartphone y ver lo más reciente, luego durante el desayuno puede revisar la edición impresa en papel o en su teléfono. En su trayecto tal vez escuche la radio. Al llegar a su trabajo, seguramente dará un vistazo a la edición digital en la PC antes de iniciar su jornada. Luego, minutos antes de salir a comer, volverá al sitio de noticias. Durante el horario de comida recibirá alertas noticiosas que revisará al regresar a su trabajo, cuando dedique otro pequeño periodo de tiempo a las noticias. Finalmente, luego de llegar a casa y antes de dormir, consultará en alguno de sus dispositivos móviles cómo cerró la oferta informativa de su interés. Estos hábitos, originados por el avance tecnológico que llevó a la convergencia de medios, ha obligado a que se le considere un solo consumidor y por ello un solo mercado.

Ante esta perspectiva, las antiguas empresas de medios se han visto obligadas a competir con más rivales y en terrenos que no dominaban por completo, en aras de conservar su participación en el reparto de la inversión publicitaria, enfocada ya en el consumidor multiplataformas. Particularmente, las empresas informativas se han visto orilladas a ofrecer productos en diversos formatos y plataformas, no solo en tiempo real, sino en un continuum de tiempo y redes. En otras palabras, pasado el supuesto apocalipsis del periódico impreso y la proliferación de redacciones diferenciadas, los medios han comenzado a darse cuenta que tener varias unidades de negocio no es viable por los costos, pero sobre todo, por la incapacidad de atender a audiencias integradas desde unidades desagregadas: unos piensan en el cierre para el día siguiente, otros en el cierre cada cinco minutos y otros en cómo *vitalizar* tal o cual información en video: esta esquizofrenia organizacional no es útil y resulta muy costosa.

Lo primero a tomar en cuenta en esta transición es que el periodismo, así sin apellido, no está en riesgo. Los periodistas siempre han buscado y -lo hacen ahora- el trabajo en equipo, la colaboración para lograr encontrar, contextualizar, crear y dar forma a la información; al mismo tiempo, han encontrado los canales para llegar a la gente, para entregarle la información que necesita o requiere. Dejemos pues los apellidos que separan: periodistas digitales, periodistas móviles,

fotoperiodistas, teleperiodistas, *community managers*, y un largo etcétera: periodistas integrales que deben ser llamados solo periodistas.

Para lograr esta transición, como decíamos al inicio, es necesario visualizar el perfil real del periodista que debe trabajar en las redacciones integradas, y luego es indispensable que desarrolle las habilidades necesarias para acometer ese objetivo.

#### **4.1. La transformación del periodista: El cambio del perfil**

En esta nueva sociedad, el perfil del periodista, según Barrios Rubio y Zambrano Ayala (2015), requiere un experto que sea capaz de generar contenidos en diversos lenguajes, medios y plataformas porque se ha “propiciando la integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una”. Al referirse al perfil del periodista que debe encarar estas nuevas circunstancias, muchos especialistas ponen el acento en las competencias digitales, reduciendo –en muchas ocasiones– al periodista al papel de un administrador de contenidos en medios digitales, a un experto en apps, redes o programas, por lo cual le reclaman el conocimiento y dominio de herramientas. Vargas (citada por Badía Valdés, 2017), por ejemplo, aunque habla de la figura del Editor multiplataformas, propone nuevos perfiles profesionales que van desde Editor de Audiencias, Editor de Analítica, Editor de Social Media, Editor de Multimedia, Jefe de Lab Media, Diseño Web, Community Manager y Editor de Visualización y Datos, entre otros.

Los que se dedican a la formación o a la contratación de personal para medios periodísticos pueden haber caído en la tentación o estar a punto de dejarse llevar por el canto de las sirenas que pregona la *hipertecnologización* del nuevo periodista, es decir, la prioridad de contratar a quién maneje más y mejor la tecnología de avanzada. No es un aspecto que debe desdeñarse, por supuesto, pero no debe ser el prioritario o de mayor peso. ¿Debe el periodista tener competencias digitales? Por supuesto que debe ser capaz de interactuar con la audiencia, navegar entre diversos medios, conocer programas de computación y plataformas sociales,

además de trabajar bajo presión, pero más importante es la capacidad para construir mensajes con diversos lenguajes de acuerdo a las diferentes plataformas que se utilicen y, sobre todo, saber hacer periodismo. Para lo primero bien podría servir un profesional técnico en herramientas digitales. Para lo segundo, solo un profesionalista experimentado.

La convergencia periodística está generando varios cambios en la forma de generar contenidos noticiosos: primero, la irrupción del ciudadano como oferente de contenidos, ya sea compartiendo material sin editar en algo que presencié o como gestor de información a través de sus redes; segundo, la revolución tecnológica del trabajo reporteroil, a través de la disminución de los costos de equipo y producción de material periodístico: “Los periodistas ya no necesitan más tecnología que la de su teléfono móvil, ni equipo de apoyo, ellos mismos pueden grabar y enviar las imágenes. Se perfila la aparición de un nuevo profesional que se va a tener que adaptar a este un nuevo escenario y convertirse en polivalente” (Lavín y Silva, 2015). Tercero, la integración de las funciones de edición de las diferentes plataformas en una sola mesa de redacción; y cuarto, ante la disminución de presupuestos y menos puestos de trabajo en los medios, el surgimiento de un periodista integral, que lo mismo pueda ser reportero, editor, visualizador de datos o realizador de productos noticiosos audiovisuales.

#### ***4.1.1. El sentido noticioso***

Para avanzar en este nuevo perfil, los cimientos van por delante y hay que establecer que periodismo es periodismo, es decir, lo que cambia son las herramientas para obtener y distribuir la información, pero no el sentido del trabajo periodístico: investigar, obtener información y entregarla a las personas para que tomen decisiones. Información oportuna y, sobre todo, de calidad. Debemos recordar que hablamos de periodistas y no de técnicos en herramientas digitales. En este sentido, el desarrollo y recapitación en los básicos periodísticos es esencial: Lo que más atemoriza a los periodistas con lo que se ha trabajado en los últimos años es que las exigencias de los nuevos medios, del nuevo contexto de negocio, de la inmediatez y movilidad, afecte su trabajo o el objetivo central de su trabajo: que

en lugar de informar se ofrezca solo entretenimiento; que la prisa deteriore la veracidad, la verificación, la perspectiva y el entendimiento de la información; que la necesidad de financiamiento dé entrada a los contenidos falsos o tendenciosos, a la publicidad nativa sin límites que ya no le permita a las audiencias discriminar entre contenido pagado, aunque sea real, o periodístico. Para López García, Westlund y Silva Rodríguez (2015) en medio de la abundancia de información, los ciudadanos necesitan apoyo para seleccionar lo relevante y desechar lo que tiene poco valor, para ello recurren a periodistas.

Dentro de lo básico se encuentra el sentido noticioso, entendido como la habilidad para detectar cuándo una información es relevante para un público en determinado contexto. Esta habilidad puede desarrollarse, aunque algunas personas tienen mayor facilidad, dada su propia experiencia, su nivel de información o análisis. El sentido noticioso es la esencia de la práctica periodística. Un periodista que no puede identificar los datos, la información que necesite su audiencia o que le interese, no podrá cumplir su función profesional. Debe tener la capacidad de investigar, verificar, seleccionar, discriminar cientos de datos todos los días. Luego debe jerarquizarla, ponerla en contexto y ofrecerla de forma atractiva. Esto no cambia en ninguna plataforma de distribución. El periodista no debe buscar entretener a su audiencia, porque para ello las audiencias tienen otros canales, otras estructuras, otros formatos. Las audiencias buscan, al entrar en contacto con medios de información, informarse. Si no lo obtienen, no se quedan ni regresan a ese medio.

En muchas ocasiones, los periodistas se deslumbran o atemorizan cuando trabajan en una plataforma diferente a la que fueron formados; se enfrentan al cambio de lenguaje, a nuevas posibilidades técnicas y olvidan localizar la información relevante. Por ello, esencialmente, la transición debe realizarse desde el reforzamiento y rehabilitación del sentido periodístico.

#### ***4.1.2. Plurilingüajes y narrativa***

Si el sentido noticioso es la base que no cambia, lo que sí es nuevo es el imperativo de dominar varios lenguajes. Carlos Scolari (en Lovato y Moreno, 2014)

afirma que el periodista debe moverse fácilmente por distintos medios, lenguajes y narrativas. Además, debe conocer cómo lograr que cada medio aporte lo mejor para el desarrollo de estrategias narrativas, la calidad de información y el análisis, y debe poder integrarse a unidades interdisciplinarias para producir contenidos adecuados a cada plataforma.

Para ello, hay que realizar un cambio de mentalidad pues es indispensable entender que se acabó la época del periodista especializado en un solo lenguaje, ya sea el escrito, el audiovisual o el gráfico. Lograr este cambio requiere varios elementos: El primero es que el periodista tenga la disposición para vencer sus inclinaciones, facilidades y gustos, pues aquellos que huían de la cámara de pronto deben aparecer a cuadro y articular presentaciones; o a quienes se les dificulta escribir textos, deben hacerlo con rapidez, por ejemplo. El segundo elemento necesario es contar con posibilidades reales de capacitación, porque es indispensable un espacio y un tiempo adecuado para la práctica y el ensayo que necesita cada nuevo lenguaje, fuera de la crítica de la audiencia. A ningún periodista de prestigio en un medio escrito le interesa que se vea a nivel nacional sus dificultades al realizar su primera videonota. En tercer lugar, es indispensable contar con instructores adecuados y que sean capaces de entender los distintos lenguajes y, sobre todo, cómo enseñarlos a personas formadas en otras áreas. Por ejemplo, un experto en lenguaje audiovisual se podrá desesperar con un periodista de impreso tanto como un editor de textos puede evitar enseñar a un reportero de radio o televisión. La falta de un guía adecuado puede provocar ansiedad y rechazo.

Este manejo de diversos lenguajes implica no sólo la generación de contenidos diferenciados, sino también la capacidad de búsqueda, selección y jerarquización de información en esos lenguajes. No es solo para producir información, sino para obtenerla y mejorar la práctica periodística en ambientes sobresaturados de información y medios. El periodista debe ser multitarea, multilinguaje, multimedios. Esta característica se extiende a la competencia en el uso de diversos equipos y programas: registro de audio, programas de realización y edición de video, intervención de imágenes, navegación en plataformas y apps, programación, procesos y programas para visualizar datos, entre otros.

Sin embargo, el potencial de los diversos lenguajes no se agota en la habilidad técnica que pueda tener el periodista en su manejo, sino en las posibilidades narrativas que se expanden: Profundizar en las formas de contar las historias, a través de las combinaciones que permiten los lenguajes audiovisual y textual, la convergencia de medios, abre un mundo de opciones y reflexiones para llegar a las audiencias y lograr impacto.

#### ***4.1.3. Estrategia para las audiencias***

Si bien es cierto que la mayoría de los medios informativos estudiaban y conocían a su lector o audiencia, en general el periodista tradicional se ha dejado llevar por la intuición o los escasos datos que su medio le proporcionaba. Ahora, es una responsabilidad que no puede eludir. Para realizar videoperiodismo de calidad, el periodista debe conocer a su audiencia y ese acercamiento debe ser integral: así como debe aprender a hacer análisis cuantitativo y aprovechar las técnicas de analítica como Minería de datos o Big data, que le permiten descripciones cuantitativas, también debe ir a la calle a buscar a esas audiencias, debe conocer a la gente, no solo buscar en sus redes. Este requerimiento no se limita a conocer a las audiencias, sino que cumple todo su sentido cuando el periodista lo utiliza para establecer objetivos a lograr, es decir, cuando conecta con la audiencia que prefiere y obtiene respuestas. Por esto, conocer técnicas de análisis de datos no es suficiente, el periodista debe saber de estrategia.

#### **4.2. La transformación del periodista: El desarrollo de habilidades**

En este momento, para establecer propuestas sobre el desarrollo de habilidades es fundamental tomar en cuenta que el trabajo de transición debe enfocarse desde dos perspectivas: la que atañe a los profesionales experimentados, periodistas formados en un medio y su lenguaje; y la enfocada en los jóvenes profesionistas, nativos digitales, pues cada grupo representa retos distintos en esta transición.

Tradicionalmente, con respecto al trabajo periodístico había mercados diferenciados y audiencias -aparentemente- diferenciadas, es decir, se segmentaban

para atenderlas con productos, servicios informativos y empresas distintas. Las empresas se constituían como medios de televisión, de radio o de periódicos y ofrecían, a su modo, productos de periodismo y de entretenimiento. Competían por mercados específicos y tenían rivales claros. Esta segmentación llevaba emparentada una división del trabajo periodístico: los periodistas se especializaban y formaban para televisión, prensa o radio. Era la división “normal” del periodismo. Los egresados de las carreras de comunicación debían seleccionar un área de formación específica: por ejemplo, en la ENEP Acatlán, de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), los alumnos interesados en los medios debían elegir entre impresos o audiovisuales. Aquel que no tenía la opción durante la carrera, si al terminar se decantaba por ejercer el periodismo, debía elegir hacerlo a través de lenguajes audiovisuales o escritos: entraban a trabajar en un periódico o una revista, o se especializaban en radio o televisión. Estas decisiones con mucha frecuencia dependían de cierto nivel de azar: contar con una voz atractiva, ser fotogénico o tener facilidad de palabra y presencia ante la cámara, tener mala ortografía o buen ojo con la perspectiva hacía que los profesores y luego los empleadores dirigieran a los candidatos a ciertas áreas, los aceptaran o rechazaran en determinados empleos. Una vez con el empleo, comenzaba una carrera profesional por lo general en esa línea, sin salirse del camino.

#### ***4.2.1. Los periodistas con enfoque tradicional***

Como se mencionó, con el enfoque tradicional el periodista se especializaba en un medio o en una función y ahora se ha visto obligado a entrar en áreas para las cuales no suele estar preparado. El reportero de un medio escrito debe ahora tomar video y hacer guiones; el de televisión o radio está siendo obligado a escribir textos para el sitio digital de su empresa. Los fotorreporteros deben tomar video y escribir textos y guiones. Los editores que se distinguen por dominar el diseño de revistas y periódicos, con las habilidades gráficas y de navegación que implica, ahora tienen que editar textos y subirlos en el momento, además de escribir o editar guiones para los videos que enviaron los reporteros, y en algunos casos, fungir como realizadores de esos videos. Los diseñadores gráficos ahora también deben hacer animaciones digitales.

Esta realidad está generando un estrés excesivo en estos profesionales, por lo general experimentados y con altos niveles de calidad en su desempeño: sus rutinas y estructuras laborales están cambiando, los jefes los amenazan con que serán desplazados por jóvenes con habilidades tecnológicas, deben buscar actualizarse por su cuenta y, por lo general, no cuentan con tiempo ni recursos para ello.

Para una empresa que toma en serio el periodismo, es fundamental que se enfoque en lograr la transición con la menor pérdida de estos profesionales. Desde la experiencia al trabajar procesos de transición en los últimos años, es posible definir que los puntos clave son el cambio de visión, el manejo de otros lenguajes, enfatizando en refuerzo de básicos periodísticos en los lenguajes que estén aprendiendo a dominar, el uso y práctica de herramientas tecnológicas y el conocimiento de las nuevas audiencias.

#### ***4.2.2. Los periodistas nativos digitales***

Sumergidos en la abundancia de la información, los periodistas más jóvenes enfrentan la transición desde otra perspectiva. Para la mayoría de ellos, la navegación por internet, la búsqueda de información, la lectura de *hiperlink*, el manejo de fotografía y video, el uso de programas o apps diversas no representa un problema. El reto proviene de la adquisición de otras habilidades. Fundamentalmente, el dominio de la lengua escrita, la capacidad de análisis de volúmenes de información, la capacidad de concentración, el sentido crítico y, sobre todo, los básicos periodísticos.

El problema mayor que presentan es el dominio de la lengua escrita. Por ejemplo, en la convocatoria 2017 para el Taller de Redacción Periodística Reforma, se inscribieron 1,182 personas, la gran mayoría egresados o estudiantes de último año de la carrera de Comunicación, Periodismo o similares. El 77 por ciento de los que presentaron las pruebas quedaron fuera del proceso por no alcanzar un mínimo en ortografía y redacción. El año anterior lo intentaron 834 y quedó fuera el 67 por ciento por las mismas causas. En 2015, fracasó el 59 por ciento en el primer filtro. La tendencia de los últimos años es clara: aumenta el fracaso cuando deben demostrar dominio de la lengua escrita.

La segunda clave es lograr que mejoren su capacidad de concentración. Por ejemplo, en los cursos y talleres de periodismo, además de las clases en la Universidad, encontramos que presentan dificultad para concentrarse por periodos largos, tanto en conferencias como en lectura de textos. En muchas ocasiones, los instructores deben recurrir a técnicas para divertirlos en el afán de captar la atención. Además, tienen patrones de consumo de grandes cantidades de información y en cualquier momento, lo que les provoca dos problemas: primero, se distraen constantemente; segundo, desechan la información a gran velocidad, lo que les impide retener una buena parte de ella. Además, su nivel de lectura de noticias es regular y aunque lo aumenten, como no retienen la información, tienden a estar desinformados.

En cuanto a los básicos periodísticos, el principal problema que enfrenta el joven aspirante a periodista para desarrollar el sentido noticioso es estar desinformado, porque todo dato parecerá nuevo y relevante. Otro problema es la capacidad de crítica. La mayor parte de los jóvenes están educados en la corrección política y en la hipersensibilidad social en las redes. Aunque sea contradictorio, temen decir lo que piensan, sin importar qué posición tomen, porque seguramente serán duramente criticados por las hordas de censores de las buenas tendencias: las redes nos inundan de cientos de historias de personas que han sido heridas duramente. Pero también han aprendido a ser prudentes al criticar a otros, para no herir ni parecer retrógradas. Estas dos actitudes debilitan la formación del sentido noticioso en los nuevos periodistas, lo cual es más grave que no saber grabar una entrevista en vídeo o redactar un guion.

## 5. Conclusiones

Ahora se dice que el periodismo actual es interdisciplinario, multiplataforma y transmedia. Se afirma que el nuevo periodista debe dominar una diversidad de habilidades que le permitan distribuir la información a esta gran audiencia integrada. Aunque no le guste, aunque no lo haya pedido, aunque luche por mantener esa imagen romántica del reportero solitario en busca de la gran investigación,

de la historia narrada en clave de periodismo. Sin embargo, desde la perspectiva propuesta, en realidad el trabajo periodístico siempre ha sido interdisciplinario, aunque quienes se desempeñan como reporteros han querido imponer una barrera que les ha permitido acaparar los reflectores: en realidad los periodistas sí son los reporteros, pero también los editores, así como los fotógrafos y los diseñadores, los camarógrafos y realizadores. Periodista es aquel que trabaja en equipo, de forma interdisciplinaria, y que ha generado, desde siempre, información relevante para la toma de decisiones de las personas, las comunidades y los países.

Además, para las audiencias el periodismo ha sido multimedios, multiplataformas o transmedia desde hace décadas: han consumido noticias en medios impresos, televisivos, radiales y, recientemente, digitales. Es la industria periodística la que ahora enfrenta la integración de los mercados, gracias a la tecnología. Y está siendo obligada a hacerlo porque la integración digital ha cambiado radicalmente el mercado publicitario, como diversas investigaciones han mostrado. Este proceso de transformación, desde la perspectiva propuesta, debe estar enfocado esencialmente en la transformación del periodista, su visión, sus prácticas, hábitos y habilidades. De cómo los profesionales y las empresas periodísticas articulen sus estrategias para lograrlo, dependerá evitar o disminuir pérdidas económicas, de capital humano y experiencia profesional, pero, sobre todo, de la calidad informativa que requieren las personas, las empresas y las instituciones para tomar decisiones en su vida cotidiana.

## Referencias

- AGUADO TERRÓN, J.M. Y MARTÍNEZ MARTÍNEZ, I. (2008). La cuarta pantalla: industrias culturales y contenido móvil. *Sociedad móvil: Tecnología, identidad y cultura*. Madrid: Biblioteca Nueva. pp. 187-220.
- BADÍA VALDÉS, A. T., COSTALES PÉREZ, Z. Y DEL VALLE CONDEL, A. A. (2017). Comunicación audiovisual, nuevos paradigmas y tendencias. *ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación*, 6 (12), enero-abril, pp. 26-57, RNPS: 2246, ISSN: 2411-9970. Recuperado de: <http://ojs.uh.cu/Alcance/index.php/RCIC/article/view/82>.

- BARRIOS RUBIO, A., ZAMBRANO AYALA, W.R. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas: Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 14 (26), pp. 221-240. ISSN 1692-2522. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/4915/491548260012/index.html>.
- COSTA-SÁNCHEZ, C., RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, A. I., LÓPEZ-GARCÍA X. (2016, JUNIO). Dispositivos móviles: el nuevo reto para la industria de la prensa y del libro en España. *Palabra Clave*, 19 (2), 526-555. DOI: 10.5294/pacla.2016.19.2.8. Recuperado de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5487/html>.
- LOVATO, A., MORENO, G. (2014). 10 preguntas a Carlos Scolari, en Irigaray, F. y Lovato, A. *Hacia la comunicación transmedia*. Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. pp. 149-153. E-Book. ISBN 978-987-702-091-5.
- JENKINS, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona; Paidós. 301 pp. ISBN: 978-84-493-2153-5.
- LAVÍN, E. Y SILVA, A. (2015). Nuevas herramientas para un nuevo periodismo. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 2 (2), pp. 8-17. Recuperado de: <http://uajournals.com/ojs/index.php/ijisebc/article/view/102>
- LÓPEZ GARCÍA, X., WESTLUND, O., SILVA RODRÍGUEZ, A. (2015, febrero-mayo). “Prensa, smartphones y tablets. La industria de medios impresos se sube al periodismo móvil”. *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, 100. Madrid: Fundación Telefónica. ISSN: 0213-084X. Recuperado de: [https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros80106/seccion=1267&idioma=es\\_ES.do](https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros80106/seccion=1267&idioma=es_ES.do)
- MARTÍN SABARÍS, R. M. (2002). La dictadura del formato en las noticias de televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 52, octubre – diciembre. Recuperado de [www.ull.es/publicaciones/latina/20025214msabarisis.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/20025214msabarisis.htm).
- MÁRQUEZ, I., (2017). El smartphone como metamedio. *Observatorio (OBS) Journal*, 11 (2), ISSN: 1646-5954, [dx.doi.org/10.15847/](https://doi.org/10.15847/)

- obsOBS11220171033. Recuperado de: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1033>.
- MCLOUGHLIN, M. (2014) “El primer teléfono inteligente cumple dos décadas”. *Periódico ABC*. 16 de agosto. Recuperado de: <http://www.abc.es/tecnologia/20140816/rc-primer-telefono-inteligente-cumple-201408162339.html>.
- PESTANO RODRÍGUEZ, J. (2008). Tendencias actuales en la estructura y contenidos de los informativos de televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11 (63). Canarias, España: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social. Recuperado de: [https://www.ull.es/publicaciones/latina/08/38\\_795\\_60\\_TV/Jose\\_Pestano\\_Rodriguez.html](https://www.ull.es/publicaciones/latina/08/38_795_60_TV/Jose_Pestano_Rodriguez.html).
- SUÁREZ, J. (2017, 24 de julio) Entrevista realizada por Diana L. Álvarez. *Periódico Reforma*, Ciudad de México.

## CAPÍTULO 2

# LA VILLA DEL CINE: EL RETORNO DEL ESTADO COMO PRODUCTOR CINEMATOGRAFICO

MAURIZIO LIBERATOSCIOLI

### 1. Introducción

La Villa del Cine, productora cinematográfica del Estado venezolano, nació en 2006 vinculada al gobierno de Hugo Chávez y a su proyecto político, con el objetivo de combatir la “dictadura de Hollywood”. El antecedente más cercano de una productora cinematográfica estatal en la historia del cine venezolano se ubica en 1927, cuando el régimen de Juan Vicente Gómez crea los Laboratorios Cinematográficos y Fotográficos de la Nación para producir noticieros propagandísticos. Con el anuncio de la exhibición en el Cine Ayacucho de una *Revista Venezolana de Actualidades* o *Revista Venezolana del Ministerio de Obras Públicas* “es la primera vez que se encuentra mencionado un organismo del Estado como productor” (Marrosu, s.f., p. 30). Este estreno marca el inicio de la producción cinematográfica del Estado, centralizada por la primera productora con capacidad industrial, adscrita al Ministerio de Obras Públicas. León Ardouin, miembro de la Cámara Sindical de Cinematografía francesa y experto técnico en la corte Arbitral del Tribunal del Sena, es encomendado por el Ministro de Obras Públicas

para crear y dirigir un “Departamento de Propaganda cinematográfica en Venezuela” (Acosta, 1995, p. 70).

La producción cinematográfica gubernamental asciende significativamente a partir de 1928. Principalmente, se producen numerosas *Revistas Nacionales*, las cuales registran actos oficiales como desfiles y celebraciones militares de fechas patrias, eventos sociales, inauguraciones de obras públicas como carreteras, embalses y fábricas (casi todas las propiedades del Presidente de la República, Juan Vicente Gómez), así como también filmaciones de hermosos paisajes naturales de nuestra geografía. Además de un equipo fijo de planta, los también llamados Laboratorios Nacionales cuentan con operadores que trabajan por encargo, entre quienes podemos nombrar a Francisco Granado Díaz, Jacobo Capriles, Rafael y Aníbal Rivero, Juanito Martínez Pozueta, Lucas Manzano y quizás Edgar Anzola. Estas *Revistas Nacionales* se producen “bajo los auspicios de Juan Vicente Gómez” como rezan sus títulos de presentación (Acosta, 1995, p. 82). El dictador, quién solía pagar los trabajos cinematográficos encomendados con dádivas, sentía una profunda atracción por el cine, hasta el punto de organizar en sus viajes proyecciones cinematográficas junto a familiares y amigos. Las principales salas cinematográficas del país eran propiedad de sus compadres y familiares y el primero en ver las películas extranjeras que llegaban al país era él mismo, quién además se reservaba el trabajo de censor.

En 1930, los Laboratorios Cinematográficos de la Nación se trasladan a la ciudad de Maracay y se fusionan con Maracay Films, empresa de Efraín Gómez, sobrino de Juan Vicente Gómez, la cual produce la mayoría de las películas procesadas y luego presentadas por los Laboratorios Nacionales. Efraín Gómez se convierte en el tutor de esta simbiosis que, tal como expresa Acosta (1995), es “característica del régimen *gomecista*, debido al uso de los fondos públicos para beneficios particulares” (p. 76).

Las películas producidas por los Laboratorios Cinematográficos y Fotográficos de la Nación, además de ser una exaltación a la obra de Gobierno del General Gómez, eran también una exaltación del propio dictador. Acosta (1995) refiere

una carta expedida el 24 de diciembre de 1930, dirigida a Juan Vicente Gómez desde La Haya por su cuñado José I. Cárdenas, Enviado Extraordinario y Ministro Plenipotenciario de Venezuela en los Países Bajos, en la que reza:

*Le reitero la satisfacción que tuvimos, muy grande, de ver la efígie de usted en la película, aplaudida entusiastamente por toda la selecta concurrencia, la cual también aplaudió igualmente la efígie del Libertador... Yo le ruego que tenga la bondad de recomendar vivamente allá me envíen nuevas películas, de las mejores que hayan logrado, ya de las fiestas del Centenario, ya de regiones interesantes de Los Llanos, del Orinoco, de Guayana y de Oriente, para completar las que tengo aquí; pues es conveniente seguir haciendo conocer en lo posible las principales regiones de la República y los progresos que continúan (p.78).*

Esta comparación aduladora de Gómez con Bolívar era común en la época, como también la constante mención de los periódicos sobre la feliz coincidencia entre las fechas natales del dictador con el Padre de la Patria, que culminó con la sorprendente (y quizás forzada) coincidencia entre las fechas de fallecimiento de ambos personajes.

Con la muerte de Juan Vicente Gómez, ocurrida en diciembre de 1935, los Laboratorios Nacionales se transforman en el Servicio Cinematográfico de la Nación para convertirse finalmente, en 1938, en una productora privada, Estudios Ávila, fundada por el insigne escritor Rómulo Gallegos. Esta empresa, luego de producir noticieros y un solo largometraje, *Juan de la Calle* (1941), va a la quiebra y el empresario Luis Guillermo Villegas Blanco compra sus equipos y sus archivos, creando en 1943 Bolívar Films, compañía que sigue funcionando en la actualidad.

Marrosu (s.f.), al tratar de analizar el cine venezolano entre los años 1927 a 1935, formula tres interrogantes fundamentales:

*¿Fueron los Laboratorios Nacionales una simple “comodidad” familiar, que permitió el pequeño negocio de Efraín Gómez, el desahogo de sus aficiones y la diversión ocasional de Juan Vicente Gómez? ¿El uso propagandístico del cine, que*

*tanto maravilló a su hermano Eustoquio se limitó a una promoción interna, a la manera de ciertas empresas capitalistas modernas, y sólo en Maracay, en el círculo oficial, de los postulantes y quizás de su población cautiva, se veían las películas producidas por los Laboratorios Nacionales del Ministerio de Obras Públicas? ¿Podemos suponer, sin embargo, que esas instalaciones constituyeron un terreno de práctica, un estímulo técnico, acaso un apoyo, para los cineastas venezolanos en tren de profesionalización? (p. 32).*

Preguntas similares, con otros matices, podríamos formularlas para interrogar a la Villa del Cine, cuya creación hace retornar el concepto del Estado como productor cinematográfico, como ocurrió con los Laboratorios Nacionales hace noventa años.

## 2. Desarrollo

Sin lugar a dudas, la relación de dependencia entre el Cine venezolano y el Estado ha sido alta. A partir de 1975 comienza un régimen crediticio por parte de Corpoindustria que se transfiere en 1982 al Fondo de Fomento Cinematográfico (Foncine), el cual hace aumentar considerablemente la producción de largometrajes. En 1994 es creado el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía según las disposiciones de la Ley de la Cinematografía Nacional del año 1993. El Cnac sustituye a Foncine y continúa otorgando créditos e incentivos. Con la entrada en vigencia de la reforma a la Ley de Cine en noviembre de 2005, se crea el Fondo de Promoción y Financiamiento del Cine (Fonprocine), con el fin de ayudar en las funciones de promoción, fomento, desarrollo y financiamiento del cine. Pero el Estado, a través de sus distintas instancias, desde 1975 hasta 2006, ha apoyado al cine principalmente como financista.

La Villa del Cine, desde su creación hasta el 2014, forma parte de la llamada Plataforma del Cine y el Audiovisual, una estructura organizativa y operativa del Gobierno que aglutina los siguientes entes públicos, adscritos al Ministerio del Poder Popular para la Cultura: Centro Nacional de Cinematografía, Fundación

Cinemateca Nacional, Centro Nacional del Disco, Fundación Distribuidora Nacional de Cine Amazonia Films y Fundación Villa del Cine. Su estructura organizativa en su Nivel de Dirección Superior está conformada por un Consejo Directivo, la Presidencia, la Dirección Ejecutiva, la Coordinación General de Operaciones, la Coordinación General de Proyectos Estratégicos y la Coordinación General de Gestión Interna. A la Villa del Cine le interesa, como lo expresa su página web, “el fortalecimiento de una cinematografía de calidad donde, además de ser formadora de valores, consolide tres pilares fundamentales: la mejor tecnología, infraestructura apropiada y la formación del talento humano para llevar propuestas innovadoras a la industria del cine nacional”.

Entre sus objetivos principales destacan los siguientes:

*Fortalecer el cine nacional como ejercicio de soberanía nacional, producir obras audiovisuales de valor artístico y cultural, fomentar el desarrollo de la industria cinematográfica nacional mediante la prestación de servicios a organismos públicos y privados y a productores y productoras independientes y propiciar el desarrollo del cine de bajo presupuesto, en el marco de un proceso de transformación social (Villa del Cine, 2017).*

La Villa del Cine produce según tres modalidades: a) “Producciones propias”, en la cual se contrata personal para la realización de una película cuyos guiones han sido previamente seleccionados por la junta directiva; b) “Producciones por encargo” en la que se encarga la realización de una película de género, cuyo guion (previa autorización de su junta directiva) y el personal contratado, son responsabilidad del director. Aquí la Villa del Cine cumpliría el rol de “productora ejecutiva”. En estas dos modalidades de producción, las películas se realizan con recursos netos de la Villa del Cine; y c) las “Coproducciones”, en la cual la Villa del Cine no tiene injerencia directa sobre el guion, equipo técnico, etc., pero ofrece respaldo financiero y se reserva el 50% de los derechos de la película.

El sistema de producción de los largometrajes de la Villa del Cine descansa sobre una serie de eslabones que va desde la convocatoria de guiones o ideas,

selección de ideas propias, hasta la producción y postproducción, en sus estudios. La distribución de los proyectos seleccionados corre por cuenta de Amazonia Films y se exhiben en las salas comerciales del país. Sin embargo, hay producciones que se realizan fuera del Plan Operativo Anual de la Villa del Cine, como lo refiere Bravo y Filosa (2012):

*Se hacen única y exclusivamente a solicitud del Ministerio del Poder Popular para la Cultura y siguiendo una temática específica que a juicio de éste sea necesaria exhibir para ese momento. Un ejemplo de ello lo encontramos en las anotaciones de manejo interno de la Coordinación de Planificación a cargo de Aneida Hernández (...), quien escribe: “La decisión de avanzar en tres producciones documentales de largometraje pese a que no estaban programadas física y financieramente en el presupuesto del año 2008, atienden a razones referidas a líneas políticas de producción acorde a la realidad nacional contemporánea (p. 58).*

La Villa del Cine ha producido, a lo largo de sus once años de existencia, proyectos cinematográficos propios y coproducciones, divididos en cortometrajes, largometrajes, series de televisión y telenovelas. Con una marcada inclinación hacia los temas históricos y políticos, sus largometrajes también abordan el cine de género como policiales y comedias. Sus documentales están divididos en series temáticas diversas, como por ejemplo “Resistencia”, “Ciudad”, “Gente sencilla”, “Comunidades populares”, “Luchas sociales y políticas”, “Eventos culturales del gobierno”, etc. Entre sus largometrajes de ficción, tanto producciones propias como coproducciones, podemos nombrar a *Miranda regresa* (Luis Alberto Lamata), *La Clase* (José Antonio Varela), *Libertador Morales, el justiciero* (Efterpi Charalambidis), *Muerte en alto contraste* (César Bolívar), *Habana Eva* (Fina Torres), *Comando X* (José Antonio Varela), *Macuro, la fuerza de un pueblo* (Hernán Javes), *Cheila, una casa pa Maita* (Eduardo Barberena), *Zamora* (Román Chalbaud), *Taita Boves* (Luis Alberto Lamata), *Una mirada al mar* (Andrea Ríos), *La pura mentira* (Carlos Malavé), *Piedra, papel o tijera* (Hernán Javes), *Maisanta* (Miguel Delgado) y *La planta insolente* (Román Chalbaud). Algunas de estas producciones han obtenido, sobre todo, premios nacionales y algunos otros premios internacionales, como en el caso de *Habana Eva* (Mejor Película Internacional en

el Festival Latino de Nueva York) y *Taita Boves* (ganadora del *Crystal Palace International Film Festival* de Londres, en la categoría Mejor película extranjera).

Aunque la Villa del Cine no es la única vía para producir largometrajes con fondos públicos (está también el Cnac que cuenta con recursos provenientes del Ejecutivo y de Fonprocine), existe una preocupación en el Sector cinematográfico, reflejada en el Diario El Universal:

*Más de 30% del presupuesto asignado a la llamada Plataforma del Cine y Medios Audiovisuales del Ministerio de la Cultura corresponde a la Villa del Cine, productora estatal que recibirá el año que viene 32,2 millones de bolívares, de los 88,3 millones asignados al sector audiovisual. La cartera cultural contará en total con 1,2 millardos de bolívares para su funcionamiento, más de 200 millones adicionales a lo que recibió el año pasado (...). Las cifras emanan del proyecto de Ley del Presupuesto para el Ejercicio Fiscal 2012. Allí se contempla que de los entes que conforman la Plataforma del Cine, la Villa se llevará el 36,4% de los recursos; la Cinemateca Nacional, el 23,4%; el Centro Nacional Autónomo de Cine, el 19,5%; el Centro Nacional del Disco, el 13,2% y Amazonia Films, el 7,5% (2011, noviembre 8).*

Estas cifras no contemplan el aporte que le hace Fonprocine al Cnac, pero el cineasta Thaelman Urgelles agrega que “el Estado se comprometió a aportar cada año lo equivalente a la recaudación de Fonprocine. Si bien ha crecido el fondo y probablemente el Estado no puede igualar el aporte, debería ir aumentando, y eso no ha sido así” (Gómez, 2011, p. 1). La preocupación se deriva del hecho de que el CNAC es un ente autónomo y sus instancias de decisión están conformadas por los diversos gremios cinematográficos, tanto públicos como privados. En cambio, en la Villa del Cine las decisiones son tomadas por su Junta directiva o por el Ministerio del Poder Popular para la Cultura. En la actualidad, esta situación se ha agravado porque el Ejecutivo no aporta nada a Fonprocine y del presupuesto del Cnac solo aporta el salario de los empleados. Es decir, Fonprocine es un fondo que se nutre fundamentalmente del sector privado.

Todo sistema de producción cinematográfica tiene sus consecuencias estéticas e ideológicas. Y el que se configura a partir de la Villa del Cine tiene las suyas. Un Estado dadivoso en recursos financieros y en cierta infraestructura cinematográfica, pero interesado en reconstruir una visión histórica y política propia, podría traer consecuencias en la libertad de los creadores. La tradicional figura del autor-productor del cineasta venezolano, quien siempre ha luchado por su independencia creativa y no ha permitido someterse a proyectos empresariales, quizás se transforme en la del autor-productor oficial, relación en sí misma contradictoria. Hoogesteijn (1997), citado por Marrosu (s.f.), dice que “la libertad de no tener que someterse a las imposiciones de un productor se paga con la obligación de determinar y acatar uno mismo las difíciles relaciones entre presupuesto y creación”. Luego Marrosu (s.f.) agrega:

*En muchas de las películas del “nuevo cine” venezolano (...) el dominio del cineasta como autoridad máxima de una producción ha revelado ser la condición clave del éxito y sobre todo ha hecho que este cine, aun de manera sesgada, reflejara el país (p.45).*

### 3. Conclusiones

Sabemos que cada momento histórico es único y posee sus propias particularidades. Es inevitable para algunos comparar a la Villa del Cine con otras productoras cinematográficas gubernamentales nacionales o internacionales. ¿La Villa es un órgano de propaganda tal como lo fue Los Laboratorios Cinematográficos de la Nación? Un dato que podría ayudarnos a responder esta pregunta es que el gobierno actual destina su propaganda fundamentalmente al Sistema Nacional de Medios Públicos y a partir del año 2014 la Villa del Cine está adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, de acuerdo con lo señalado en la Gaceta Oficial número 40.357, en el Decreto 791. Es decir, la Villa del Cine pasó de estar adscrita del Ministerio del Poder Popular para la Cultura al Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (Minci), órgano encargado de la propaganda Oficial del Gobierno. El referido decreto justifica el cambio de la siguiente manera:

*(...) motivado a que el cine y los medios audiovisuales inciden en la formación de la ciudadanía en el fomento de los valores de una sociedad democrática y en el propio desarrollo social de la Nación, y dado que es deber del Estado promover el desarrollo de expresiones artísticas en todos sus géneros y contribuir al enriquecimiento de una cultura cinematográfica y a la difusión de las obras de los cineastas y creadores y creadoras en general (Gómez, 2014).*

Sin embargo, algunos cineastas venezolanos han rechazado este cambio. Según Thaelman Urgelles, la Villa del Cine “era un producto cultural con sesgo político; estando en el Minci va a ser al revés, un producto político, al cual se le va a dar un ropaje cultural” (Gómez, 2014).

Oscar Lucien, por su parte, considera que las veces en las que el Estado ha sido productor cinematográfico siempre ha sido en el marco de proyectos totalitarios. También agrega:

*Desde el punto de vista conceptual, el modelo que se pretende implantar en Venezuela y que de alguna manera se ha reforzado con Nicolás Maduro, es incompatible con medios independientes. Tenemos ejemplos como el hostigamiento y el terrorismo judicial, que se le hace al diario Tal cual por la opinión de un columnista. Creo que es importante no ver estas decisiones desarticuladas de un proyecto global hegemónico, de control de las comunicaciones (Gómez, 2014).*

¿Se repite en Hugo Chávez la figura del “Dictador cinéfilo” encarnada por Juan Vicente Gómez? Obviamente que no, el fallecido Expresidente de la República no poseía una gran cultura cinematográfica. ¿Es la Villa del Cine una nueva Cinecittà? Al respecto, me permito cerrar con una cita del crítico Héctor Concari (2011, p.1) de su artículo *Ciertas tendencias del cine venezolano*:

*(...) y lo que uno deba preguntarse es por qué, en un contexto totalitario, existió Andrei Tarkovski y su obra (...). O por qué la irreverencia de Titón*

*Gutiérrez Alea en Cuba y por qué existe Abbas Kiarostami en Irán. Probablemente porque la realidad es mucho más rica y diversa que los clichés. Porque el cine, arte de feria, al fin y al cabo, sale respondón. Y porque el caso venezolano resiste muy bien los encasillamientos (...). Hay de todo por supuesto, como en toda cinematografía en la que lo bueno, lo malo y lo feo cabalغان juntos, pero esa es la mejor noticia. El cine está vivo, tiene sus fieles y hasta tiene la Villa del Cine. Este cronista espera de todo corazón que la comparación de la Villa con Cinecittà, sea la más feliz de todas. Porque bajo el manto de Mussolini, nació Cinecittà y durante el fascismo, agazapados, esperaban turno Fellini, De Sica, Rossellini, Zavattini y unos cuantos más. Y el Duce pasó. Pero Cinecittà sigue allí”.*

## Referencias

- ACOSTA, J. M. (S.F.). Bajo el signo del Estado. En T. Hernández, A. Roffé & A. Marrosu (Eds.), *Panorama Histórico del Cine en Venezuela*. (pp. 179-192). Caracas: Fundación Cinemateca Nacional.
- ACOSTA, J. M. (1995). Laboratorios Cinematográficos de la Nación: 1927-1935. *Objeto Visual, Cuadernos de Investigación de la Cinemateca Nacional*, 2, 61-91.
- ACOSTA, J. M. (1998). *La década de la producción cinematográfica oficial: Venezuela 1927-1938*. Caracas: Fundación Cinemateca Nacional.
- ACOSTA, J. M. (2001). *El cine venezolano durante el postgomecismo (1935-1945)*. Caracas: Fundación Cinemateca Nacional.
- ACOSTA, J. M. (2011). *Rómulo Gallegos y el Cine Nacional: Estudios Ávila (1938-1942)*. Caracas: Fundación Cinemateca Nacional.
- BRAVO, Y. & FILOSA, E. (2012). *Fundación Villa del Cine. Trayectoria y Producción 2006-2010*. Trabajo Especial de Grado. Tutor: Maurizio Liberatoscioli. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- CONCARI, H. (2011). “Ciertas tendencias del cine venezolano”. Analítica.com. (Sección: Arte y Cultura). Recuperado de <http://www.analitica.com/va/arte/oja/7603397.asp>

- GÓMEZ, A. R. (8 de noviembre de 2011). Villa del Cine copa 36% de presupuesto. *El Universal*, (Arte y Entretenimiento). Recuperado de <http://www.universoempresarial.com/arteyentretenimiento/111108/villa-del-cine-copa-36-de-presupuesto>
- GÓMEZ, A. R. (23 de marzo de 2014). ¿Villa de la propaganda? El Universal, (¿Qué hay?). Recuperado de <http://www.eluniversal.com/que-hay/140323/villa-de-la-propaganda-imp>
- MARROSU, A. (s.f). “Los modelos de la supervivencia”. En T. Hernández, A. Roffé & A. Marrosu (Eds.), *Panorama Histórico del Cine en Venezuela*. (pp.21-47). Caracas, Venezuela: Fundación Cinemateca Nacional.
- MARROSU, A. (1989). Periodización para una Historia del Cine venezolano (Una hipótesis). *Anuario Ininco de la Universidad Central de Venezuela*, 1, 9-46.
- MARROSU, A. (1990). Manzano y Zimmermann ¿cineastas fundadores? Avance de una investigación en curso. *Anuario Ininco de la Universidad Central de Venezuela*, 3, 73-124.
- Villa del Cine (2017). “Objetivos”. En página oficial. Disponible: <http://villadelcine.gob.ve/la-villa/> [Consultado: 2017, julio 15].

## CAPÍTULO 3

# CINE Y LEY DE MEDIOS. EL MODELO AUDIOVISUAL EN ARGENTINA DURANTE LA GESTIÓN KIRCHNERISTA (2003-2015)

CLAUDIO LOBETO

### **1. A modo de introducción. La cultura como política de Estado**

El presente artículo intenta dar cuenta de las principales medidas tomadas en el campo cultural, y en especial el audiovisual, durante el período que abarcó el gobierno del presidente Néstor Kirchner (2003-2007) y las dos presidencias de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015).

A riesgo de dejar afuera un sinnúmero de medidas que también son demostrativas del espíritu que guió a estos gobiernos, dos aspectos nos resultan interesantes y que sintetizan como mencionamos en el subtítulo, considerar a la cultura y la educación como políticas de Estado. La sanción de una Ley de Medios y el apoyo a la producción audiovisual. Recordemos que en diciembre del 2001, Argentina venía de sufrir una de las peores crisis económicas, sociales y políticas de su historia. El entonces presidente, Fernando de la Rúa, abandonó el gobierno, huyendo en un helicóptero, mientras en la mítica Plaza de Mayo, el Congreso Nacional y el interior del país, la represión se cobraba más de 35 muertos y una suma indeterminada al día de hoy de heridos.

Obviamente, en los años subsiguientes, la tarea principal fue la de reacomodar el tejido social, instalar un plan económico que hiciera descender el desempleo, la pobreza y la indigencia, récords en la historia del país, y llevar adelante políticas sociales que paliaran la difícil situación que venimos mencionando.

Al asumir la presidencia en mayo del 2003, Néstor Kirchner explicitó entre otras medidas, dos a tomar en cuenta: una política de derechos humanos que llevara a la justicia a los responsables del golpe de 1976, militares genocidas y sus cómplices civiles y potenciar la cultura, la ciencia y educación como bases indispensables en el desarrollo de la Nación, esta última reforzada en el discurso que brindó Cristina Fernández en el Teatro Argentino de La Plata, el 18 de marzo de 2009 ([https://www.youtube.com/watch?v=EWIBMOEoH\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=EWIBMOEoH_k)).

Señalemos unos datos que ilustran lo que venimos mencionando. Entre 2003 y 2015, se subió el presupuesto en Cultura al 3,8% del PBI total de la economía, las exportaciones culturales rondaron los U\$S 500 millones, se estrenaron 900 películas, lo que se tradujo en \$ 200 millones invertidos en producciones audiovisuales y mejora de salas llegando en el 2012, al récord en asistencia de 46 millones de espectadores.

Este 14,4% del crecimiento interanual del PBI cultural, significó la creación de 200.000 puestos de trabajo directos y 200.000 puestos de trabajos indirectos (Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación).

En estos datos, tuvo vital importancia la política llevada adelante en la comunicación y la producción audiovisual, ambas con una fuerte impronta estatal que permitió un crecimiento exponencial en el campo cinematográfico y audiovisual en general y el proyecto de sanción de Ley de Medios, que fracasó debido a la tenaz oposición que el grupo multimediático Clarín, la justicia “amiga”, el *establishment* y los partidos políticos de derecha, llevaron a cabo. Destaquemos que no casualmente, en diciembre del 2015 asume un nuevo gobierno y una de las principales medidas, mediante un decreto presidencial del recientemente presidente electo Mauricio Macri, fue disolver la Asociación Federal de Servicios de la Comunicación Audiovisual AFSCA.

## **2. Descolonizarse y multiplicar las voces. Hacia una democratización de los contenidos y la producción audiovisual**

Podemos señalar, sin equivocarnos, que la política de medios audiovisuales entre 2003 y 2015, con todos los errores y defectos que tuvo, intentó ser un cambio de paradigma en el modelo comunicacional, recordando la disputa que en la década de los '70 a nivel internacional significó el informe Mac Bride, documento de la UNESCO, denominado "Voces múltiples, un solo mundo". En dicho informe y en plena guerra fría, el debate central fue como establecer mecanismos que fueran dirigidos a equilibrar el flujo comunicacional entre países desarrollados y países subalternos. Se basó en tres puntos clave: la unidireccionalidad de los flujos, el control y la calidad de la información. Estos debían ser modificados para ampliar la participación de los países con menores recursos tecnológicos, capital financiero y carente de posiciones dominantes en el mercado audiovisual mundial. Como era esperable, los Estados Unidos y sus aliados abandonaron las conversaciones destacando el papel del mercado como ordenador y discrepando con la postura de los países del Tercer Mundo, quienes sostenían una mayor injerencia del papel del Estado en el campo audiovisual como estrategia para equilibrar posiciones dominantes. De más está decir, que después de más de 40 años las comunicaciones se han constituido en uno de los resortes básicos para llevar adelante procesos de dominación colectiva. Enormes pulpos mediáticos, entrelazados con el capital económico-financiero y parte del Poder Judicial adicto, dejarían atónitos a los pensadores de la Escuela de Frankfurt, Theodor Adorno, Max Horkheimer y Walter Benjamin, quienes ya en la década del '30 supieron ver los cambios que los medios de reproducción técnica operarían sobre la cultura, las conciencias y las sociedades (Adorno, Horkheimer, 1994; Benjamin, 1979). Unos años más tarde sería Herbert Marcuse quien acuñaría el término "hombre unidimensional" en referencia a la pérdida de la razón crítica producto del impacto de los medios masivos de comunicación (Marcuse, 1965). Estos cambios que se fueron delineando desde principios del siglo XX, se han ido perfeccionando hasta convertirse en verdaderas máquinas de guerra (Deleuze, Guattari, 1994) al servicio de las clases hegemónicas.

En Latinoamérica esto ha sido más que evidente. No vamos a mencionar las innumerables operaciones que en los últimos años en diversos países han llevado adelante corporaciones mediáticas con el fin de “colaborar” en el derrocamiento de gobiernos constitucionales, y dando lugar a una nueva categoría de la ciencia política, la de los “golpes blandos”, con éxito en países como Brasil, Honduras y Paraguay y fallidos como en Bolivia.

Ante esto, es que en Argentina, caso que nos ocupa, el kirchnerismo decidió encarar una política cultural y educativa, que incluyó una apuesta fuerte al desarrollo cinematográfico y la democratización del campo audiovisual.

Esta política inicialmente sencilla, dados los escasos recursos económicos con los que contaba el gobierno más abocado a la reconstitución de un tejido social destrozado, tuvo un salto cualitativo cuando a partir del 5 de marzo del 2007, se puso en el aire, el canal televisivo Encuentro a través de la TDA Argentina, Cableoperadores de Argentina y la Televisión Pública Argentina, dependiente del Ministerio de Educación. ¿Que significó la puesta en el aire de Encuentro? Implicó hacer visible esta necesidad de aumentar las voces, logrando en sus primeros meses y a pesar de ser un canal estatal -con contenidos educativos, culturales y científicos-, un considerable éxito al instalarse como una opción atractiva. Una de las características principales en su programación fue la transmisión de conocimientos en variados campos educativos, científicos y culturales. Esto se hizo desde un posicionamiento que privilegió la defensa de los derechos humanos, con un criterio federalista, contenidos de todas las regiones del país y como herramienta pedagógica importante para docentes, padres y alumnos, aunque sin dejar de lado un público más general. Con una estética innovadora y dinámica, fueron variadas las temáticas abordadas en el canal. Alterados por Pi, programa novedoso, ya que significó el estudio de las matemáticas, pero desde una perspectiva de la vida cotidiana. Programas de filosofía para jóvenes y personas no conocedoras de esta área del conocimiento como Mentira la verdad y Filosofía aquí y ahora. Horizontes, que abordó lengua, matemática, ciencias sociales y ciencias naturales historias y anécdotas. Programas dedicados a hacer conocer la producción artística de Argentina como Huellas. Arte argentino, referido a la plástica,

Pequeños universos: que propuso dar a conocer la música de las distintas regiones argentinas, Presidentes de Latinoamérica: documental-crónica con entrevista a presidentes de la región, Bio.ar: difundiendo biografías y para el público infantil, Pakapaka, con su principal personaje, el mulato Zamba.

Con una mirada centrada en el continente latinoamericano, aspecto que ya de por sí implica una intencionalidad descolonizadora, al poner el acento en la difusión y reconocimiento de los derechos sociales de los pueblos latinoamericanos, privilegiando producciones propias y extranjeras, provenientes en general de países del continente, aunque sin excluir aquellas producciones de calidad como documentales, por ejemplo, de la BBC inglesa, la televisión pública dejó de ser un mero objeto decorativo en la grilla televisiva y empezó a posicionarse como un espacio que privilegiaba la cultura nacional y popular.

Un aspecto importante y novedoso fue el rol de las universidades nacionales en la elaboración de contenidos. Mediante acuerdos entre productoras privadas, la señal estatal “Encuentro” y las universidades, surgieron documentales, programas de entretenimiento, culturales, educativos, etc., que significaron potenciar el rol de la educación pública en la emisión de contenidos audiovisuales, y quebrar así, la unidireccionalidad televisiva, permitiendo que más usuarios se convirtieran en productores de contenidos, en este caso, las universidades públicas como la Universidad de Buenos Aires, del Centro, de San Martín y la Universidad de Tres de Febrero, por citar algunas.

En relación al aspecto tecnológico, el canal fue una propuesta innovadora al vincular la televisión con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) al incluir *Internet* y el valor interactivo y multiplicador de la *Web*, objetivo que significa potenciar ambos medios, generar un espacio de convergencia, complementar los contenidos televisivos para su uso en el aula y sumar la participación constante de los usuarios, para potenciar el trabajo en red y en comunidad.

Luego de haber sido presentado el anteproyecto de la ley por la entonces presidenta Cristina Fernández de Kirchner el 18 de marzo de 2009, después de más de dos años de debate y en el cual participaron organizaciones sociales de las

más diversas, como la Coalición por una Comunicación Democrática, el Centro de Estudios Legales y Sociales CELS, la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de Argentina REDCOM, el Foro de Periodismo Argentino FOPEA; integrantes de los nuevos organismos creados por la LSCA, como la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual las Tecnologías de las Telecomunicaciones y la Digitalización, el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, la Defensoría del Público, universidades, pueblos originarios, minorías y otros, el Congreso Nacional sancionó la Ley de Servicios de la Comunicación Audiovisual LSCA, el 10 de octubre de 2009, avanzando a una desconcentración de los medios de comunicación y a un mayor involucramiento de la sociedad civil en la emisión, circulación y recepción de mensajes audiovisuales, modificando así la mirada concentrada y mercantil de la comunicación, entendiendo a la misma como un derecho inalienable de la sociedad.

*No solo tuvimos la posibilidad de pensar, repensar y modificar la LSCA en base a un proyecto de participación popular, sino que no es menor destacar que el Estado fue capaz de posicionar primero en la agenda del debate y convertir luego en política de Estado, aquel reclamo que la democracia adeudaba desde el retorno a la democracia en el 83 (Varela, 2016, p. 8).*

Señala Varela en relación a la promulgación de la ley “supo comprender la demanda de un sujeto colectivo universal y declarar la comunicación, ni más ni menos que, como un derecho humano universal bajo estándares internacionales introduciendo diversos canales de participación para públicos, privados y comunitarios” (Varela, 2016, p. 9).

146 votos afirmativos, 3 negativos y 3 abstenciones en la Cámara de Diputados; 44 votos afirmativos contra 24 negativos y ninguna abstención en el Senado, manifestaron claramente el consenso acordado en el Poder Legislativo entre diferentes fuerzas políticas, echando por tierra el proceso de mitificación construido por los multimedios afectados, en el sentido de intentar demonizar al kirchnerismo como un poder autoritario y censorador capaz de llevar al país al peor de los infiernos con esta ley.

El carácter democratizante y “ampliador de voces” de la sociedad civil, que significó la LSCA, fue reconocido positivamente por especialistas. Por ejemplo, el 16 de octubre de 2012 en una visita al país, el relator especial de Naciones Unidas (ONU) para la Libertad de Opinión y de Expresión, Frank La Rue, afirmaba que:

*Argentina tiene una ley de avanzada. Es un modelo para todo el continente y para otras regiones del mundo”, Esta es una ley muy importante. Yo la pongo de modelo, la he mencionado en el Consejo de Derechos Humanos de la ONU en Ginebra. Lo es, porque para la libertad de expresión el principio de diversidad de medios y de pluralismo de ideas es fundamental (<https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-205669-2012-10-16.html>).*

Como bien señala Varela, parafraseando a Eduardo Rinesi (2008), ante el discurso instalado por los medios que destacaban la conflictividad “natural” del populismo, el gobierno por el contrario puso en el debate el componente “*consensualista, organicista y armonizador*” (Varela, 2016, p.9).

Sin entrar en detalles de la LSCA, destaquemos tres puntos que sintetizan el espíritu de la ley:

- a) Tipos de prestadores: otorga facilidades a aquellos prestadores sin fines de lucro y les otorga un 33% del espectro audiovisual, favoreciendo así a medios pequeños, locales y con pocos o nulos recursos publicitarios.
- b) Límites a la concentración: establece determinados lineamientos al crecimiento desmedido de medios privados de comunicación, con la intención manifiesta de diversificar la oferta mediática y obstaculizar la conformación de oligopolios, determinando la cantidad de licencias, 10 en radiodifusión abierta, 24 en cable y no más del 35% del total nacional de abonados a los servicios, de manera tal que se garantice la existencia de multiplicidad de voces (Para ampliar ver Baranchuk, Rodríguez Usé, 2011).

- c) Cuotas de pantalla o cuotas de producción regional, nacional e independiente: con diferentes porcentajes según fueran operadoras locales o nacionales, se privilegiaba la producción nacional, las producciones regionales y las producciones locales independientes. También se establecía la obligatoriedad de incluir las señales de entes públicos y universidades nacionales, favoreciendo así el desarrollo del cine y las artes audiovisuales nacionales (Baranchuk, Rodríguez Usé, 2011).

El Grupo Clarín, fue el único *multimedios* que no se adecuó a la normativa legal vigente y apeló a diversas estrategias, entre ellas, campañas de desprestigio a periodistas y dirigentes políticos, operaciones de prensa y el uso abusivo de recursos judiciales. Operaciones que quedaron claramente desmontadas, si tenemos en cuenta los resultados de la votación, ya que tanto en el Senado como en Diputados se aprobó con una contundente mayoría. Sin embargo, al día de hoy podemos decir, que el ataque al gobierno y la Ley en particular tuvo éxito, ya que en diciembre del 2015 apenas unos días después de haber asumido la presidencia Mauricio Macri e ignorando la función del Poder Legislativo sobre el tema, decretó la intervención de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA).

Esto provocó la respuesta del entonces relator para la Libertad de Expresión. Edison Lanza, al ratificar que:

*...existe concentración comunicacional, desconociendo los lineamientos del sistema Interamericano de Derechos Humanos para los estados miembros, del cual es parte la Argentina. Agravado esto, por la vulneración de poderes al violar una ley democrática, ignorando así la existencia de pactos que tienen rasgo constitucional como el de San José de Costa Rica (<http://www.infonews.com/nota/272653/el-nuevo-limite-a-macri-vino-de-la-oea>).*

Retomemos un párrafo de Edison Lanza, clave de la disputa que atravesó parte del gobierno kirchnerista y que trasciende la ley en sí. Clave porque más allá de la ley, el decreto presidencial desnudó las verdaderas intenciones de la derecha

vernácula, consistente en el control de los medios de comunicación como mecanismos de adoctrinamiento, a tal punto que hasta Joseph Goebbels se hubiera puesto colorado de vergüenza con el “blindaje” mediático y manipulador del neofascismo liberal macrista (<https://www.pagina12.com.ar/32499-neofascismos-liberales>).

*Es tan brutal el decreto presidencial en su formulación y consecuencias que está encabezado por un párrafo donde habla de “usuarios y consumidores” de medios, cuando el nuevo paradigma consagrado por la LSCA en la perspectiva de los derechos humanos remite a las “audiencias” como sujetos de derecho que pueden dar y recibir información, buscarla y difundirla en igualdad de condiciones, de manera activa. Es decir, la ley había sacado la comunicación de la óptica mercantilista para pensarla como un derecho humano, y Aguad y Macri pretenden volver al régimen previo, como si en la Argentina no hubiera concentración empresarial que atenta y conspira contra la libertad de expresión. ¿A cuántos centímetros estamos de volver al decreto de la dictadura cívico militar? (<http://www.infonews.com/nota/272653/el-nuevo-limite-a-macri-vino-de-la-oea>).*

Es justamente la *explicitación* de significados y sentidos que tiene considerar a los sujetos como consumidores de bienes pasibles de ser negociables, como son la comunicación, la información, la cultura, el arte y la educación. Todo inmerso en un universo mercantil, con un precio, una oferta y una demanda, donde la sociedad asiste pasivamente al consumo de productos hechos para el control y el entretenimiento, masificando identidades étnicas, invisibilizando minorías conflictivas, dejando afuera universidades y escuelas, en fin, aquello a lo que varios autores se han referido como sociedades de control (Deleuze 1987; Deborg, 1995) donde los multimedios son fundamentales ya que construyen subjetividades acríticas y complacientes de los poderes hegemónicos. Vuelven aquí a sobrevolar los espíritus de la Escuela de Frankfurt, cuando en la década del '30 alertaban sobre el peligro de las nuevas técnicas de reproducción.

Resulta interesante la apreciación de Lanza al señalar que “...hay un grupo (Clarín) que tiene niveles de concentración muy importantes. Esto es importante: Los medios de comunicación son vehículos para la libertad de expresión:

los monopolios, oligopolios y la concentración indebida afectan la libertad de expresión” <http://www.infonews.com/nota/272653/el-nuevo-limite-a-macri-vino-de-la-oea>).

El gobierno kirchnerista intentó modificar esta postura mercantilista, al poner al sujeto en el rol, no solo de consumidor pasivo, sino también de productor, de emisores de mensajes, intentando contrarrestar el poder de los multimedios. Como bien señala el relator: “...estamos hablando de libertad de expresión, no de una empresa que vende galletitas” (<http://www.infonews.com/nota/272653/el-nuevo-limite-a-macri-vino-de-la-oea>).

*Sin embargo en la actualidad, una mirada latinoamericanista, la apertura de espacios a pueblos originarios, a organizaciones de mujeres, organismos de derechos humanos, universidades e intendencias, etc. no encaja dentro de un gobierno neoliberal, autoritario, privatista, obediente y dependiente de los grandes grupos económicos que privilegia los negocios a los derechos ciudadanos, por lo cual la construcción de identidades nacionales y populares no tiene hoy en día, lugar bajo este clima epocal adverso.*

Solo queda esperar “resistiendo” y como bien se pregunta Varela:

*Los restos de la cultura autoritaria que descansaban entre nuestras instituciones han regresado para desechar en un soplo el trabajo colectivo que llevó a la sanción de la LSCA. ¿Cómo piensan el tiempo quienes habitan hoy día el Estado? Quizás el aquí y ahora del tiempo zen, una meditación perpetua que nos deja inmóviles, callados, y con nuestros derechos adquiridos suspendidos en el aire (2016, p.12).*

### **3. El cine argentino en clave sociopolítica (2003-2015)**

En “De los medios a las mediaciones”, uno de los libros “insignia” de Jesús Martín-Barbero (1987), el autor se refiere al rol que cumplieron los medios masivos

en América Latina entre las décadas del '30 y del '40, al interpelar a las clases populares y hacerse eco de sus intereses de clase, dando lugar a la constitución del sujeto pueblo como superación de las masas. Proceso que significó incorporarlas como actores sociales y políticos en el esquema de los Estados Nación latinoamericanos con demandas, gustos y prácticas que rápidamente provocaron el rechazo de las clases hegemónicas. La legitimidad que las clases populares obtuvieron, tuvo su correlato en el reconocimiento –necesario para la construcción de poder-, que los gobiernos nacionales y populares de la región les otorgaron. Y aquí vale la pena salir un poco del desarrollo que veníamos realizando para acotar apenas un concepto en torno a la demonización de la categoría populismo que han realizado los medios masivos y repetida hasta el hartazgo por los grupos de poder, las clases dominantes e incluso paradójicamente por aquellos sectores sociales beneficiados durante estos procesos históricos. Textualmente señala Martín-Barbero que:

*El populismo será entonces la forma de un Estado que dice fundar su legitimidad en la asunción de las clases populares y que, más que una estrategia desde el poder, resulta ser una organización del poder que da forma al compromiso entre las masas y el Estado* (1987, p.171) (Para ampliar sobre populismo, ver Laclau, 2005).

Retomemos. Dentro de los medios de comunicación masiva que irrumpen en América Latina en las décadas mencionadas, se encuentra el cine. De forma tal, que las imágenes audiovisuales fueron fundamentales en la construcción de subjetividades e identidades nacionales y en la definición de procesos populares en el campo de la cultura y las artes.

En el caso que nos incumbe, Argentina continuó en las décadas siguientes con un desarrollo cinematográfico relevante que se potenció bajo la gestión kirchnerista como parte fundamental de una política más amplia que fue la cultural. Ya hemos mencionado el intento de la LSCA. Veamos ahora algunos de los logros más importantes de una política de Estado que articuló en el plano ideológico, la defensa de los intereses nacionales y populares y el impulso a las artes audiovisuales, pero que no descuidó la articulación de estos intereses con el impulso a una

industria cultural como la cinematográfica, que permitiera acompañar proyectos experimentales e innovadores con la creación de puestos de trabajo, mayor inversión y desarrollo de nuevas tecnologías.

Ahora bien, en los párrafos anteriores hemos intentado desarrollar algunas cuestiones referidas al cine en general y la construcción de identidades en el que interviene. En forma similar hemos esbozado algunas ideas clave de porque el cine entre los años 2003 y 2015 se entramó como parte indisoluble de un complejo cultural comunicacional, con objetivos claramente políticos e ideológicos, y cuyo fin último fue establecer una matriz cultural con eje en lo nacional, regional y con contenidos populares. La apuesta no fue reemplazar aquellas producciones originadas en otras latitudes u obviar la maquinaria de dominación ideológica cuasi-perfecta que significa el cine de *Hollywood*, sino potenciar las bases de un cine que reflejara problemáticas propias, constructora de identidades sociales y proclives a convertirse en una industria cultural con todo lo que esto conlleva.

Solo nos resta, pasar a reseñar a aquellas medidas tendientes a sostener lo que acabamos de mencionar y observar los intentos de establecer las matrices de un cine nacional y popular que aunara el arte y la industria.

- En abril de 2013 por decreto de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, se crea el Archivo Histórico de la Radiotelevisión Argentina, RTA, cuyo fin fue salvaguardar, ordenar y preservar el estado público del material audiovisual y sonoro, grabado y emitido por la televisión y radio estatal, Canal 7-Radio Nacional, que reúne más de 80.000 soportes que integran la historia de 78 años de medios públicos cuyas condiciones no eran hasta ese momento las adecuadas.
- Banco audiovisual de contenidos y árbol de contenidos universales argentino (ACUA), espacio multimedial para difundir contenidos audiovisuales producidos en el país.
- Creación y puesta en valor de las Escuelas Nacionales de Experimentación en Realización Cinematográfica (ENERC), inaugurándose regionales en el interior del país, con el objetivo de descentralizar la demanda en

- la formación de la industria audiovisual. Estos espacios se constituyeron como establecimientos de capacitación para la producción y circulación del audiovisual.
- En el año 2012, se reconoció como una industria al sector audiovisual, lo cual facilitó el acceso a políticas de promoción y beneficios impositivos correspondientes.
  - En julio de 2013, reinauguración y refacción de la histórica sala de Cine Gaumont, para la proyección de películas de origen nacional. Equipada con última tecnología, tuvo un amplio apoyo de la comunidad cinematográfica y es en la actualidad parte del patrimonio histórico.
  - Creado en marzo de 2004, el programa Espacios INCAA, consistió en pantallas dedicadas con exclusividad al cine argentino, e inscripto en los lineamientos de estimulación de la circulación de la producción nacional y experimental, garantizando exhibición de producciones cinematográficas argentinas. Para esto, el objetivo principal fue el de privilegiar la experiencia cinematográfica como hecho cultural y social.
  - Ley del doblaje, por el cual se estableció que los doblajes en español neutro, incluyendo publicidades, debían realizarse en el país.
  - Ley del actor, sancionada en octubre de 2015 con el fin de dar reconocimiento a los derechos laborales, previsionales y de seguridad social de los trabajadores del sector audiovisual.
  - Ley del intérprete, que en el 2008 estableció que cada vez que se emita o repita un programa o película en la que hayan trabajado, debían ser compensados monetariamente. Demanda histórica de los sindicatos de autores y actores, cuyas obras eran utilizadas por los medios en forma abusiva y desconociendo el trabajo de los artistas.
  - El mercado de Industrias Culturales Argentina (MCA), desde el 2011, constituyó una política pública del Ministerio de Cultura de la Nación, que reunió a los seis sectores: audiovisual, música, artes escénicas, editorial, diseño, videojuegos y que apuntó a fomentar, federalizar y visibilizar la industria cultural nacional. La intención manifiesta fue la de desconcentrar económica y geográficamente las industrias culturales.

- Plan operativo de fomento para contenidos audiovisuales digitales, cuya finalidad fue promover convenios y contenidos audiovisuales para la televisión.

#### 4. Algunos datos

Las tablas y datos estadísticos a continuación mencionados si bien son de diferentes fuentes, han sido extraídos del informe “El mercado del cine en Argentina (noviembre 2015)” por Raquel Rodríguez Sánchez, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Buenos Aires. Un punto a destacar de dicho informe que abarca diferentes tópicos, incluyendo el mercado cinematográfico, es que quedan de manifiesto los estrechos vínculos entre España y Argentina en este terreno, expresados en coproducciones con actores de ambos países, premios internacionales, etc. Para mayor información, recomendamos ir al siguiente link:

[http://www.clag.es/sites/default/files/servicios\\_de\\_informes/descargas/2015/12/04/el\\_mercado\\_del\\_cine\\_en\\_argentina\\_noviembre\\_2015\\_icex.pdf](http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_argentina_noviembre_2015_icex.pdf).

Ya hemos mencionado la trayectoria cinematográfica argentina, quizás junto con México, de las más destacadas del continente (Ver Getino, 1995). Sin embargo, mientras que en las décadas del '30, '40 y '50, se filmaban cerca de un promedio de 30 películas por año, en el 2014 pleno gobierno kirchnerista, la producción había subido a 55 películas y a 172 títulos incluyendo documentales, cortos y coproducciones, con notables éxitos en festivales de todo el mundo, como los de Venecia, Toronto y San Sebastián por citar algunos. Así, se habían logrado importantes premios como el Oscar a la mejor película extranjera en el 2010 para “El Secreto de tus Ojos”, “Relatos Salvajes” también nominada al Oscar en el 2015 y premiada en Argentina, México, España y el Reino Unido. Ya en el 2016, “El Clan” obtiene el premio Goya a la mejor película latinoamericana.

Destaca el informe que mencionamos, que esto no hubiera sido posible sin el apoyo estatal a través de subsidios y créditos al sector, que combinado con la

coproducción internacional fue uno de los formatos más utilizados por el sector. Este impulso y desarrollo a esta industria cultural, trajo aparejado, por un lado, el crecimiento de trabajo en el sector, autores, actores, iluminadores, vestuaristas, etc. que fueron favorecidos por la creación de puestos de trabajo, el crecimiento de escuelas y talleres actorales. La orientación en artes audiovisuales experimentó un crecimiento exponencial en carreras, institutos, facultades y universidades, dando lugar a nuevas camadas de jóvenes directores, guionista y actores.

Pero este crecimiento en la etapa productiva de las obras cinematográficas, impactó también en la circulación, al crearse por un lado espacios alternativos de exposición y por otro, se potenciaron festivales como el de Mar del Plata y el Festival Internacional de Cine Independiente de Buenos Aires Bafici, dedicado al cine independiente. Otro evento, como Ventana Sur, creado en el 2009 -reseña el informe-, se fue convirtiendo luego de varias ediciones en el mayor mercado de cine de la región. Mencionemos también, Pantalla Pinamar y Espanorama en colaboración con el Centro Cultural de España en Buenos Aires. Ahora bien, en la etapa referida al consumo o recepción de la producción cinematográfica, también se obtuvieron datos significativos ya que creció la cantidad de espectadores, tanto en los productos extranjeros como en las producciones nacionales.

Esto último tiene el valor agregado que significa un cambio en la percepción social en torno a la calidad de los productos nacionales. Durante muchos años, estuvo instalado en la opinión pública, la baja calidad del cine nacional. A ver, no es que esto haya cambiado ya que los procesos de descolonización simbólica no son repentinos o inmediatos, requieren de procesos sociohistóricos difíciles de medir en el tiempo y obedecen a innumerables variables, pero un dato a tomar en cuenta es el incremento de espectadores del cine nacional.

Solo nos resta señalar, que lamentablemente el camino comenzado ha sido desandado. En el 2017 y mediante otro decreto, el gobierno interviene el Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales (INCAA) y va camino a desmontar todo lo que hemos mencionado hasta ahora. No por capricho, sino por la

postura neoliberal que significa pensar que el cine, como es una industria “debe dar ganancias” y requiere ser regulada por los movimientos del mercado. Claramente, tomar en cuenta que el audiovisual es productor de subjetividades y que la cultura debe ser considerada un derecho social, escapa –por decirlo políticamente correcto-, al pensamiento dominante en la administración gubernamental actual.

Veamos ahora unos datos que corroboran lo anteriormente dicho.

**Tabla 1. Trabajo en cine (largometrajes).**

	2011	2012	2013	2014
Películas producidas	25	35	47	55
Puestos de trabajo	666	1100	1445	
Técnicos empleados	563	877	1144	
Puestos de trabajo por producción	26,6	31,7	30,7	
Promedio semanas trabajadas por película	6,3	6,04	5,5	
Semanas de rodaje por producción	4,6	5,17	5,06	

**Fuente:** SICA por IMEX ([http://www.clag.es/sites/default/files/servicios\\_de\\_informes/descargas/2015/12/04/el\\_mercado\\_del\\_cine\\_en\\_argentina\\_noviembre\\_2015\\_icex.pdf](http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_argentina_noviembre_2015_icex.pdf)).

En la tabla 1, observamos un crecimiento creciente y constante de la generación de empleo, películas producidas y tiempo dedicado a la producción en la industria cinematográfica.

**Tabla 2. Variables e Indicadores del sector cinematográfico.**

	2012	2013	2014
Espectadores total país	47.312.416	48.339.739	45.648.799
Espectadores cine argentino	4.731.241	7.458.365	8.145.272
Títulos estrenados	336	367	404

Títulos nacionales estrenados (incluye co-producción, cortos, documentales)	136	142	172
Largometrajes producidos	35	47	55
Salas	269	288	280
Pantallas	829	866	867

**Fuente:** ICEX ([http://www.clag.es/sites/default/files/servicios\\_de\\_informes/descargas/2015/12/04/el\\_mercado\\_del\\_cine\\_en\\_argentina\\_noviembre\\_2015\\_icex.pdf](http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_argentina_noviembre_2015_icex.pdf)).

De los datos anteriores, podemos inferir la intención del gobierno de privilegiar la producción y circulación de la producción nacional, ya que mientras en el período 2013-2014 en títulos estrenados es del 10% aproximadamente, los títulos nacionales estrenados en el mismo periodo es de 21,13%. Si tomamos solo los largometrajes nacionales, observamos que el incremento es del 17%.

**Tabla 3. Evolución de espectadores 2010-2014.**

Año	Espectadores	Variación porcentual
2010	38.648.297	
2011	43.098.722	11,52%
2012	47.320.503	9,80%
2013	48.405.285	2,29%
2014	45.648.799	-5,69%

**Fuente:** Anuario INCAA 2014 por IMEX ([http://www.clag.es/sites/default/files/servicios\\_de\\_informes/descargas/2015/12/04/el\\_mercado\\_del\\_cine\\_en\\_argentina\\_noviembre\\_2015\\_icex.pdf](http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_argentina_noviembre_2015_icex.pdf)).

**Tabla 4. Espectadores de cine argentino.**

Año	Espectadores	Variación porcentual
2010	3.569.705	
2011	3.556.371	-0,37

CLAUDIO LOBETO

2012	4.629.054	30,16
2013	7.471.614	61,41
2014	8.144.626	9,01

**Fuente:** INCAA 2014 por IMEX ([http://www.clag.es/sites/default/files/servicios\\_de\\_informes/descargas/2015/12/04/el\\_mercado\\_del\\_cine\\_en\\_argentina\\_noviembre\\_2015\\_icex.pdf](http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_argentina_noviembre_2015_icex.pdf)).

**Tabla 5. Espectadores de cine extranjero.**

Año	Espectadores	Variación porcentual
2010	34.083.135	
2011	38.667.619	13,48
2012	41.608.534	7,58
2013	40.085.388	-3,66
2014	36.892.270	-7,97

**Fuente:** INCAA 2014 por IMEX ([http://www.clag.es/sites/default/files/servicios\\_de\\_informes/descargas/2015/12/04/el\\_mercado\\_del\\_cine\\_en\\_argentina\\_noviembre\\_2015\\_icex.pdf](http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_argentina_noviembre_2015_icex.pdf)).

La cifra de espectadores desde el 2010 al 2014, da cuenta de una sostenida asistencia y aunque no se pudo superar la cifra récord de los últimos 25 años, experimentada en el año 2013, con más de 48 millones, la reducción al año subsiguiente fue de apenas un 5% en 2014, quedando por encima de los 45 millones, nada despreciable para un mercado como el argentino.

Ahora bien, en relación con lo anterior y como bien señala el informe, aunque las cifras marcan un despegue importante en la polínica cinematográfica y audiovisual en general, en los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner, esto no alcanza para sostener por sí sola una producción cinematográfica. Aspecto que no es solo patrimonio de la Argentina, sino que es un fenómeno que atraviesa gran parte del mundo. Por lo cual, la proyección en otros países es un recurso tenido en cuenta a la hora de planificar futuros proyectos.

*Los subsidios estatales son imprescindibles para la supervivencia de esta industria. Son estas ayudas a fondo perdido las que permiten asegurar, razonablemente, la recuperación de la inversión. Y aún con las cifras dadas anteriormente, el cine argentino puede considerarse exitoso en su propio mercado en lo que a total de espectadores se refiere, con una cuota del 10-12% en 2010- 2012, 15% en 2013 y 18% en 2014 (Rodríguez Sánchez, 2015).*

**Tabla 6. Espectadores de cine argentino por países 2014.**

País	Espectadores
España	1.181.313
Brasil	494.486
Italia	420.890
México	268.344
Colombia	221.708
Chile	165.103
Francia	62.756

**Fuente:** Anuario INCAA 2014 por IMEX ([http://www.clag.es/sites/default/files/servicios\\_de\\_informes/descargas/2015/12/04/el\\_mercado\\_del\\_cine\\_en\\_argentina\\_noviembre\\_2015\\_icex.pdf](http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_argentina_noviembre_2015_icex.pdf)).

Los vínculos culturales establecidos entre España y Argentina, no solo en el campo audiovisual, sino también en otros géneros culturales como el teatro, la literatura y la música, se traducen en que España sea uno de los países que más consume cine argentino, al que le siguen Brasil e Italia, superando a otros países latinoamericanos.

## **5. Texturas filmicas. Imágenes en movimiento y representaciones simbólicas**

Todo lo anterior podría ser cuestionado con la aparición y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Posiblemente el impacto de una ley de medios audiovisuales o el papel del cine como productor de sentido y de representaciones simbólicas en una época histórica en la cual nuevos soportes,

aplicaciones, arte digital, redes sociales, etc. invalidaría el análisis que hemos venido desarrollando. Incluso, se podría argumentar que la teoría de los campos desarrollada por Pierre Bourdieu (1987) es hoy obsoleta ya que los actores del campo cultural han cambiado. Podríamos seguir así, con argumentaciones pseudo-posmodernas, que denotan una postura *moderna* de quienes la esgrimen, quienes parecerían olvidar que lo que hoy es moderno, mañana dejará de serlo. De igual forma, se preguntan ¿para qué recurrir a los clásicos, si el mundo hoy es otro y ahora la sociedad es *líquida*?, sin tomar en cuenta que los conflictos sociales y la lucha por la hegemonía son inherentes al estadio actual del modo de producción capitalista.

Respondemos, porque el cine y los medios audiovisuales no sólo son industrias culturales que actúan en el mercado, son también –y lo más importante-, un campo de batalla en el cual se dirime la lucha por el poder simbólico, al poner en crisis el concepto de espectáculo y vacuidad que moldea nuestra mirada. Como bien señala Jean Luis Comolli “...podemos comprender y combatir mejor la santa alianza entre el capital y el espectáculo” (2010, p. 128).

Técnica e ideología, forma y contenido son pares que nos sitúan en el debate en torno al cual debe ser la función de los medios audiovisuales. Son ampliamente conocidas las ¿argumentaciones? del tipo “a mí me gusta el cine “americano” (asistimos aquí a la operación ideológica que significa aplicar la parte por el todo, como si no hubiera americanos en el centro y sur del continente), o quienes encandilados por ficciones policiales, cine catástrofe o peleas en el espacio planetario manifiestan sueltos de cuerpo, “que buena película, sobre todo los efectos...” dejando fuera de la crítica actuaciones, guiones, fotografía, etc. No falta tampoco quien en obvia referencia al cine argentino, lo caracteriza como “un cine lento, con malas actuaciones”. Expresión equiparable al “lo de afuera siempre es mejor”. Modos de percibir lo visual expresados en las frases aludidas, vulgarización en el análisis de las imágenes en movimiento que implica de por sí una profundización de la dominación simbólica. Son –no los únicos-, los estudios poscoloniales y subalternos quienes a través del estudio de casos, han visto como este tipo de afirmaciones, refuerzan al interior de las clases, grupos y países dominados el funcionamiento del capital, enmascarando un supuesto multiculturalismo y

mundialización de la cultura, –beneficioso obviamente para todos aquellos que adhieran al mismo, al que Zizek ha denominado como “la lógica cultural del capitalismo multinacional” (1998) (Para ampliar ver Said, 2012).

Es por esto, que creemos que el cine y otros medios audiovisuales están hoy más presentes que nunca en la pulverización de las conciencias críticas, alternativas y contrahegemónicas, ya que la modelación de gustos, capacidades y hábitos es en la actualidad: “... un impulso masivo hacia un crecimiento aún más grande de la alineación en lo tocante al fetichismo de la mercancía descripto por Marx” (Comolli, 2010, p. 149).

El intento en la etapa histórica gobernada por el kirchnerismo de sancionar una ley de medios plural y promover la producción cinematográfica nacional se inscribió en este sentido. No dejar de lado el aspecto técnico, ni la industria, pero privilegiando lo ideológico como espacio para dar batalla en coyunturas históricas en las cuales las contradicciones se agudizan.

## Referencias

- ADORNO, T. Y M. HORKHEIMER, M. (1994). *Dialéctica de la Ilustración*. Buenos Aires. Sudamericana.
- BARANCHUK, M. Y RODRÍGUEZ USÉ, J. (2011). *Ley 26.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual*, Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Lomas de Zamora.
- BENJAMIN, W. (1979). *Discursos Interrumpidos*. Madrid, Taurus.
- BOURDIEU, P. (1983). Campo del poder y campo intelectual. Buenos Aires. Folios.
- COMOLLI, J. (2010). *Cine contra espectáculo. Técnica e ideología (1971-1972)*. Buenos Aires. Manantial.
- DEBORG, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires. La Marca.
- DELEUZE G. (1987). *Foucault*. Barcelona. Paidós.
- DELEUZE G. Y F. GUATTARI. (1994). *Mil Mesetas, capitalismo y esquizofrenia*. Valencia. Pretextos.

- GETINO, O. (1995). *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires. Colihue.
- LACLAU, E. (2005). *La razón populista*. Buenos Aires: FCE.
- LORETI, D. LOZANO, L. (2014). *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*. Buenos Aires. Siglo XXI.
- MARCUSE, H. (1965). *El hombre unidimensional*. Buenos Aires. Ariel.
- MARTÍN-BARBERO J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona. G. Gilli.
- RINESI, E., VOMMARO, G. Y MURACA, M. (COMPS.) (2008). *Si éste no es el pueblo. Hegemonía, populismo y democracia en Argentina*, Universidad Nacional de General Sarmiento, Los Polvorines.
- RINESI, E. (2013). “*De la democracia a la democratización*”, en Debates y combates N° 5, Buenos Aires.
- SAID, E. (2012). *Orientalismo*. Barcelona. De bolsillo.
- VARELA, M. (NOVIEMBRE-2016). *La comunicación en un triple presente. Democratización de la cultura, derecho humano y libertad republicana*. En Revista Lindes, estudios sociales del arte y la cultura. [http://revistalindes.com.ar/contenido/numero12/nro12\\_art\\_VARELA.pdf](http://revistalindes.com.ar/contenido/numero12/nro12_art_VARELA.pdf)
- ZIZEK, S. (1998). “Multiculturalismo, o la lógica cultural del capitalismo multinacional”, en F. Jameson y S. Zizek: *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*. Buenos Aires. Paidós.

## Fuentes

- [http://www.argentina2019.com.ar/arealogro-27\\_cultura](http://www.argentina2019.com.ar/arealogro-27_cultura).
- <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-205669-2012-10-16.html>.
- <http://www.infonews.com/nota/272653/el-nuevo-limite-a-macri-vino-de-la-oea>.
- [http://www.clag.es/sites/default/files/servicios\\_de\\_informes/descargas/2015/12/04/el\\_mercado\\_del\\_cine\\_en\\_argentina\\_noviembre\\_2015\\_icex.pdf](http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_argentina_noviembre_2015_icex.pdf).
- [https://www.youtube.com/watch?v=EWIBMOEoH\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=EWIBMOEoH_k).
- <https://www.pagina12.com.ar/32499-neofascismos-liberales>.

## CAPÍTULO 4

# CAPITALISMO NEOLIBERAL Y EL CINE CHILENO ACTUAL: APUNTES SOBRE LA ECONOMÍA POLÍTICA DEL CINE CHILENO

ROBERTO TREJO OJEDA

### **1. A modo de introducción. La cultura como política de Estado**

El año 2017 está siendo una vez más un año prolífico en estrenos del cine chileno, con reconocimientos y premios internacionales, así como con una abundante exposición mediática de directores, productores, actrices y actores de esos filmes. Más aún, se esperan alrededor de 16 nuevas películas este año, mientras están en etapa de producción otras 25 a lo largo del país.

Este fenómeno, sin embargo, ya no cuenta con el impacto político cultural de antaño. Los estrenos de películas chilenas ya nos son sucesos de alta significancia social o cultural, perdiendo ese carácter de evento extraordinario que gozó hasta mediados de la década pasada. Hoy por hoy encontrar películas chilenas en cartelera es algo común y corriente para los habitantes de este país.

La cuestión no dejaría de ser una curiosidad informativa. Sin embargo, el asunto toma otros ribetes cuando se toma en consideración que Chile no cuenta

con trayectoria cinematográfica particularmente destacable en Latinoamérica. En efecto, durante el siglo XX, Chile no se caracterizó por ser un país con una cinematografía propia ni con un volumen de producción que lo hiciera significativo desde el punto de vista industrial. A diferencia de Argentina, México y Brasil, no logró crear una “industria cinematográfica” o un sistema de producción que hiciera del cine un aspecto relevante de la producción cultural criolla. Si bien existe en la memoria la exitosa generación de cineastas asociados al “nuevo cine latinoamericano” de la segunda mitad de los años 60 (Littin, Soto, Ruiz), lo cierto es que la producción cinematográfica en Chile fue más el resultado de esfuerzos personales y esporádicos de realizadores y productores nacionales, que de una industria propiamente tal (Barril & Santa Cruz, 2011).

Desarrollado en el contexto de un capitalismo protegido, con un modelo de desarrollo económico sustitutivo de importaciones, la producción cinematográfica nunca estuvo en el centro de las preocupaciones del Estado. Si bien crea la empresa estatal Chile Films, ésta nunca logrará impulsar una base tecnológica y productiva que sustenta el cine como una industria propiamente tal. Así, desde la exhibición de la primera película chilena con intencionalidad narrativa el año 1910 y que inaugurará el campo de la creación cinematográfica nacional, hasta el golpe militar de 1973, se produjeron un total de 147 largometrajes estrenados en salas de cine (Mouesca, 1997; Trejo, 2009).

Tras el Golpe de Estado del año 1973, se implantó un régimen de represión, censura y refundación capitalista que afectó profundamente la producción cultural, en general, y cinematográfica, en particular. En el período 1973-1990 se estrenaron solo dos películas en el circuito comercial y otras seis fueron exhibidas en centros culturales, sindicatos y universidades.

Tras el retorno a la democracia, se estrenaron en la década 1990-1999 un total 27 películas. Sin embargo, con la llegada del nuevo siglo XXI se vive un verdadero “boom” de producción y estrenos de cine chileno: entre los años 2000-2016 se han producido un total de 298 películas en salas de estreno comercial.

**Tabla 1. Total de Estrenos de Cine y Públicos en Chile (2000-2016).**

Año	Cine chileno		Cine extranjero		Total	
	Estrenos	Público	Estrenos	Público	Total Estrenos	Total Público
2000	10	157.490	137	9.182.986	147	9.340.476
2001	15	464.540	172	10.599.803	187	11.064.343
2002	9	458.513	202	10.995.602	211	11.454.115
2003	7	1.710.565	183	9.731.812	190	11.442.377
2004	11	1.213.534	178	11.445.244	189	12.658.778
2005	17	391.637	190	10.331.223	207	10.722.860
2006	12	749.299	194	9.774.952	206	10.524.251
2007	10	914.539	181	10.541.011	191	11.455.550
2008	22	939.835	178	10.946.966	200	11.886.801
2009	14	547.511	155	13.895.085	169	14.442.596
2010	15	351.243	163	14.362.788	178	14.714.031
2011	23	900.341	164	16.420.356	187	17.320.697
2012	23	2.552.079	168	17.570.525	191	20.122.604
2013	26	1.702.552	152	19.497.492	178	21.200.044
2014	40	586.677	189	21.429.206	229	22.015.883
2015 <sup>1</sup>	26	932.054	194	25.104.372	220	26.036.426
2016	18	1.738.336	199	26.710.298	217	26.710.298

Fuente: A. Caloguera (2017); CNCA (2017).

Del cuadro anterior es posible colegir varias conclusiones desde el punto de la oferta cinematográfica en el mercado chileno. Primero, que el total de películas estrenadas durante este período ha crecido en un 49,6% promedio anual.

---

1. A partir de este año se comienza a configurar una situación controversial que podría transformarse en tendencia: aumento de estrenos fuera del circuito comercial, por presión de las distribuidoras. En efecto, el año 2015 se estrenan un total de 38 filmes, pero sólo 6 acceden al circuito de multisalas. El año 2016 se estrenaron 52 filmes, pero sólo 18 en salas comerciales (ver CNCA, 2017).

Segundo, se observa un crecimiento constante de la producción chilena de cine, con un promedio de 19 películas chilenas anuales estrenadas en el total de circuitos existentes. Tercero, mientras los estrenos de cine chileno han crecido en un 160%, los estrenos de películas extranjeras han crecido en 34% en el mismo período. Y, por último, que la participación de las películas chilenas en el mercado total ha disminuido al 3,6% el año 2015, a pesar de ser el 11,8% de la oferta.

**Tabla 2. Participación de Mercado Cine Chileno (2000-2016).**

Año	Participación cine chileno	Variación porcentual
	% Estrenos	% Asistencia
2000	6,80%	1,70%
2001	8,00%	4,20%
2002	4,30%	4,00%
2003	3,70%	14,90%
2004	5,80%	9,60%
2005	8,20%	3,70%
2006	5,80%	7,10%
2007	5,20%	8,00%
2008	11,00%	7,90%
2009	8,30%	3,80%
2010	8,40%	2,40%
2011	12,30%	5,20%
2012	12,00%	12,70%
2013	14,60%	8,00%
2014	17,50%	2,70%
2015	11,80%	3,60%
2016	8,3%	6,5%

Fuente: A. Calogueria (2017); CNCA (2017).

**Tabla 3. Asistencia al Cine y Asistencia Cine Chileno (2000-2015).**

Año	Asistencia anual a salas de cine en Chile			Participación cine chileno	
	Total Admisiones	Variación	%	% Estrenos	% Asistencia
2000	9.340.476			6,80%	1,70%
2001	11.064.343	1.723.867	18,50%	8,00%	4,20%
2002	11.454.115	389.772	3,50%	4,30%	4,00%
2003	11.442.377	-11.738	-0,10%	3,70%	14,90%
2004	12.658.778	1.216.401	10,60%	5,80%	9,60%
2005	10.722.860	-1.935.918	-15,30%	8,20%	3,70%
2006	10.524.251	-198.609	-1,90%	5,80%	7,10%
2007	11.455.550	931.299	8,80%	5,20%	8,00%
2008	11.886.801	431.251	3,80%	11,00%	7,90%
2009	14.442.596	2.555.795	21,50%	8,30%	3,80%
2010	14.714.031	271.435	1,90%	8,40%	2,40%
2011	17.320.697	2.606.666	17,70%	12,30%	5,20%
2012	20.122.604	2.801.907	16,20%	12,00%	12,70%
2013	21.200.044	1.077.440	5,40%	14,60%	8,00%
2014	22.015.883	815.839	3,80%	17,50%	2,70%
2015	26.036.426	4.020.543	18,30%	11,80%	3,60%
2016	26.710.298	1.623.573	6,2%	8,3%	6,5%

Fuente: A. Caloguerca (2017); CNCA (2017).

Al analizar la evolución de las participaciones de la producción nacional nos encontramos con la paradoja que el incremento en los volúmenes de producción no ha ido acompañado de un aumento en la participación en el consumo cinematográfico. En efecto, el cuadro anterior nos muestra que en el período analizado, el cine nacional tiene en promedio el 9,6% de la oferta disponible, observándose

en el período 2010-2015 un aumento sostenido de participación en el este ámbito. Sin embargo, en el mismo período, el cine nacional sólo alcanza un promedio de un 6,6% de la cuota de mercado, verificándose caídas significativas los años 2000, 2010, 2013 y 2014.

**Tabla 4. Evolución de la asistencia del cine chileno.**

Año	Espectadores	Variación	% Variación
2000	157.490		
2001	464.540	307.050	195,00%
2002	458.513	-6.027	-1,30%
2003	1.710.565	1.252.052	273,10%
2004	1.213.534	-497.031	-29,10%
2005	391.637	-821.897	-67,70%
2006	749.299	357.662	91,30%
2007	914.539	165.240	22,10%
2008	939.835	25.296	2,80%
2009	547.511	-392.324	-41,70%
2010	351.243	-196.268	-35,80%
2011	900.341	549.098	156,30%
2012	2.552.079	1.651.738	183,50%
2013	1.702.552	-849.527	-33,30%
2014	586.677	-1.115.875	-65,50%
2015	932.054	345.377	58,90%
2016	1.738.336	806.282	86,5%

*Fuente: A. Caloguera (2017); CNCA (2017).*

Estos antecedentes nos introducen ahora en la dimensión del consumo cinematográfico en Chile y, en particular, el consumo del cine nacional. En primer lugar, es importante resaltar que se ha verificado un crecimiento sostenido

del total del público anual de cine. En el período 2000-2015 se ha logrado aumentar la cantidad de espectadores en 179%, para una oferta que sólo creció en alrededor del 49%. En segundo lugar, en el año 2015 se logró nuevamente una cifra record en la asistencia respecto de las correspondientes a todo el período 2000 - 2014, llegando a un total de 26.036.426 espectadores, lo que significa un 18.3% superior al año 2014. El promedio de asistencia anual por habitante también subió en el año 2015. Usando la misma proyección del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), y que para el 2015 correspondía a 18.006.407 habitantes, el promedio anual llegó a 1.45 entradas por cada habitante. Es importante destacar que este promedio viene subiendo ininterrumpidamente desde el año 2006, año en que llegó a 0.64, lo que significa que ha aumentado un 125.8% en el período 2006 - 2015. Del mismo modo, los mismos datos nos permiten inferir es que no hay regularidad en la cantidad de público que va a ver cine chileno. Por eso, si bien subió la cantidad de asistentes de 157.540 (año 2000) a 932.054 (año 2015), la participación en el mercado de consumo sólo se incrementó del 1,7% al 3,6%.

Junto a lo anterior, los propios datos oficiales nos entregan la información donde son pocas las películas que logran traspasar el umbral de los 100.000 espectadores. En efecto, En el período 2000 – 2015 el promedio fue 60,4% del total de películas chilenas y desde el año 2009 al 2014 este tramo fluctuó entre el 60% al 80%; en el 2015 bajó al 50%.

Si consideramos que el costo promedio de producción de una película chilena oscila alrededor de US\$ 450.000, podríamos proyectar que en período analizado se movilizaron US\$ 126 millones para lograr ese volumen de producción. Del mismo modo, si consideramos que el valor promedio de la entrada de cine en Chile asciende a US\$ 5,5, podría deducirse que en el mismo período los ingresos netos por conceptos de taquilla fueron de US\$ 80.148.249. Más aún, 34 títulos (12,1% del total) lograron apropiarse del 67,8% del total de ingresos netos del período (US\$ 54,3 millones).

**Tabla 5. Promedios y niveles de asistencia del cine chileno (2000-2016).**

Año	Estrenos	Asistencia anual	Promedio por película	Tramos de asistencia			% de estrenos con menos de 10.000
				Más de 100.000	Entre 10.001 y 99.999	Menos de 10.000	
2000	10	157.490	15.749	0	4	6	60%
2001	15	464.540	30.969	1	1	13	87%
2002	9	458.513	50.946	1	4	4	44%
2003	7	1.710.565	244.366	3	2	2	29%
2004	11	1.213.534	110.321	4	4	3	27%
2005	17	391.637	23.037	1	11	5	29%
2006	12	749.299	62.442	3	3	6	50%
2007	10	914.539	91.454	3	4	3	30%
2008	22	939.835	42.720	3	8	11	50%
2009	14	547.511	39.108	1	4	9	64%
2010	15	351.243	23.416	1	5	9	60%
2011	23	900.341	39.145	3	2	18	78%
2012	23	2.552.079	110.960	2	5	16	70%
2013	26	1.702.552	65.483	5	2	19	73%
2014	40	586.677	14.667	1	7	32	80%
2015	26	932.054	35.848	2	10	13	50%
2016	18	1.738.336	96.574	2	5	11	61%
Totales	298	14.572.409	1.000.632	34	81	181	298
Promedios y %	18	857.201	58.861	12,10%	27,20%	60,70%	100%

**Fuente:** A. Calogueria (2017); CNCA (2017).

A partir de estos datos oficiales y compartidos por el sector audiovisual chileno, se nos plantean inmediatamente una serie de interrogantes: ¿Cuáles serían las razones o factores estructurales –económicos, políticos, culturales– que explican ese crecimiento explosivo de la producción de películas en Chile desde mediados de los 90?; ¿por qué a pesar de aumentar la oferta de producciones nacionales se verifica una disminución relativa del de los consumidores de esos productos?; ¿por qué se siguen produciendo películas en Chile si no existe un mercado en Chile para sustentar las cuantiosas inversiones que significan cada una de ellas?; ¿cuáles serían los rasgos propios del «modelo de desarrollo cinematográfico» en Chile y cómo esos factores estructurales han impactado en el tipo de cine que se realiza actualmente?. El presente trabajo no pretende responder exhaustivamente esas preguntas, pero apunta a entregar antecedentes que supere la mirada simplista del economicismo clásico.

## **2. El Modelo Económico Chileno y la producción de cine**

### **2.1. Transformaciones Globales de la Producción Cinematográfica**

Para comprender las condiciones materiales que han hecho posible el incremento de la producción cinematográfica en Chile y a nivel mundial, es menester destacar que durante los años 80 y 90 se verifican una serie de transformaciones económicas y tecnológicas que alterarán radicalmente el mercado cinematográfico. En efecto, el cine contemporáneo que logrado superar la crisis tecnológica, comercial, de públicos y estética que le provocó la masificación de la televisión desde los años 50 en adelante. Su primera transformación refiere a la modificación del *modelo tradicional de producción*, sustentado en medios mecánicos y fotoquímicos, así como en la propia división del trabajo que la sustentaba procesos cinematográficos tradicionales. En la actualidad, como una forma de sumarse a la tendencia de la economía capitalista global, la cinematografía ha apostado e invertido en medios de producción sustentados en plataformas tecnológicas electrónicas y digitales.

La segunda gran transformación del escenario económico del cine es la modificación del *modelo tradicional de consumo cinematográfico*. La proliferación del

reproductor de video en los 80, del control remoto de la TV y de Internet en los años 90 generó nuevas formas de consumir o ver las imágenes cinematográficas. Similar a la lectura de un libro, la visualización pasa a ser ahora un acto solitario o familiar (Cfr. Pelaz y Rueda, 2002).

El tercer gran cambio en el campo de la economía política del cine actual se ha verificado en la propia forma de *sustentación económica del cine*. La modalidad tradicional de sustentación económica de la cinematografía, vinculada con las formas de espectáculo teatral y derivadas únicamente de las entradas compradas por el público en salas de cine, se agota en los años 80. La emergencia de los complejos de multisalas, la aparición de la televisión como compradora de contenidos cinematográficos y de nuevas ventanas de distribución cinematográfica modifican la cadena de valor de la mercancía cinematográfica. De ahí, entonces que el propio “modelo de negocios” de las actuales producciones se haya modificado: mientras que tradicionalmente los ingresos derivaban casi exclusivamente de la taquilla en salas de cine, en la actualidad casi el 80% de los ingresos de una película promedio son producto de la distribución en ventanas electrónicas.

La cuarta gran transformación en este campo dice relación con la globalización del negocio cinematográfico. La propia dinámica del capitalismo globalizado lleva a la cinematografía contemporánea a cuestionar la premisa de que costos de producción que podían ser solventados por la exhibición de los filmes en los propios mercados nacionales. Esta internacionalización del cine se sustenta en que mientras más públicos consuman una película, más probable será recuperar la inversión hecha y asumir la realización de nuevos filmes con costos de producción en crecimiento permanente.

En suma, la cinematografía contemporánea ha experimentado una serie de transformaciones en su propio proceso de creación de valor en la cadena multimedia que emergió a fines de los años ochenta. En efecto, con nuevos recursos tecnológicos, nuevos procesos productivos, nuevas competencias y cualificaciones de la fuerza de trabajo, el proceso mismo de creación de plusvalía de los productos que utilizan las imágenes en movimiento o mercancías cinematográficas

en una industria que se reorganizó en los años 90 a partir del modelo multimedia y digital (Arnanz, 1990). Estas modificaciones en la cadena de valor del modelo digital han dejado al cine como el producto de entretenimiento audiovisual de mayor valor agregado, tanto en sus campos de producción y comercialización.

## **2.2. El Cine Chileno y la Dictadura Militar: La Reestructuración Neoliberal**

Las transformaciones en la economía política del cine contemporáneo se verifican mientras en Chile se realizan las reformas neoliberales impulsadas por la Dictadura Militar de Pinochet. Influenciados ideológicamente por las corrientes neoconservadoras de la Escuela de Chicago, el régimen militar impulsa una serie de reformas económicas y sociales, caracterizadas por una disminución de la presencia del Estado como actor relevante en los distintos ámbitos del quehacer económico, así como una ampliación del papel del capital nacional y transnacional en la definición del modelo de desarrollo nacional. Con una drástica disminución de aranceles, flexibilización del mercado del trabajo, estancamiento de los salarios, liberalización de los precios a los vaivenes del mercado, el control político de la fuerza de trabajo y la eliminación de una serie de regulaciones para asegurar un nuevo ciclo en el proceso de formación y acumulación del capital: es el llamado “modelo neoliberal” chileno. Tales políticas económicas fueron acompañadas de un autoritarismo político que persiguió, censuró y exilió de gran parte de los profesionales del sector formados en las décadas anteriores. Asimismo, el modelo cultural autoritario no sólo clausuró el espacio público para el desarrollo de creaciones disruptivas de las narrativas tradicionales, sino que afectó las propias condiciones sociales de producción y reproducción del capital cinematográfico.

El retorno de la democracia encontró un mercado de la exhibición con tecnologías obsoletas, un monopolio de la exhibición y un virtual oligopolio de las empresas distribuidoras norteamericanas. Paradojalmente, la virtual aniquilación del sector cinematográfico tradicional bajo la Dictadura Militar, también significó la creación de una nueva infraestructura social y tecnológica que favorecerá el resurgimiento de una nueva fuerza de trabajo y producción audiovisual que sustentará la crítica audiovisual al régimen de Pinochet. En efecto, la

reestructuración capitalista impulsada por la Dictadura Militar requería del desarrollo de un sector de servicios publicitarios que dinamizara el consumo, administrara la demanda y realizara las mercancías en un modelo de capitalismo tras nacionalizado. En tal sentido, mientras por un lado se reprimía al cine como libre creación de autores y colectivos anti dictatoriales, por otro lado, el mercado impulsó a la producción de cine publicitario para valorizar productos y marcas que incentivaran el consumo nacional. Las empresas publicitarias creadas bajo ese régimen de producción comercial se transformaron en refugios y en canteras de directores, productores, técnicos y artistas que se revelarían desde fines de los años 80 en el medio audiovisual chileno.

### **2.3. El Modelo Económico Chileno y las Transformaciones en la Producción de Cine Chileno**

Tras el triunfo de las fuerzas democráticas y populares a fines de la década de los ochenta, se impulsarán nuevas políticas económicas que terminarán configurando el actual panorama económico-social chileno, efectuando reformas reestructuradoras que terminarán consolidando el modelo nacido en dictadura. En ese contexto, el ascenso de las fuerzas democráticas a la dirección estatal tendrá un fuerte influjo en el desarrollo del cine y la industria audiovisual chilena durante la década de los noventa. Sin entrar en detalle de la estrategia económica del período, baste señalar que el producto de la gestión económica de las fuerzas democráticas fue el alineamiento de la política económica de las fuerzas democratizadoras con las necesidades de la acumulación y reproducción del capital en su actual fase de desarrollo globalizado. El resultado de todo aquello ha sido que durante el período analizado de los gobiernos *concertacionistas* (1990-2010), la economía chilena sostuvo un elevado crecimiento del PIB, con tasas promedio anuales del 7,1% en el período 1990-1998, y de un 5,5% promedio anual en el período 1990-2006 (French-Davis, 2007).

Ese proceso de expansión y crecimiento económico sin precedentes en la historia del país, no sólo provocó transformaciones estructurales para la acumulación ampliada del capital, sino que también se tradujo en cambios significativos en el ámbito de la reproducción social. Por una parte, en el período 1988 -2004

prácticamente se duplicó el ingreso per cápita: de US\$ 5.178 el año 1998 a US\$ 11.520 en el año 2005 (French-Davis, 2007), favoreciendo el crecimiento de la demanda agregada por bienes y servicios asociados al tiempo libre y la entretención (cultura, deportes, turismo, entretención, etc.), así como de las Industrias Creativas.

#### 2.4. Las Transformaciones del Negocio de la Exhibición Cinematográfica

La reducción de salas y pantallas en Chile bajo la Dictadura Militar comienza a cambiar con el ingreso de las cadenas trasnacionales de multisalas a mediados de los años 90, que trajo aparejada un aumento de oferta de pantallas, un incremento de los estrenos anuales y una mayor cobertura geográfica del consumo cinematográfico. Es decir, se produjo una ampliación del capital cinematográfico por la vía del crecimiento de la oferta de productos, a la vez que se modifica el modelo de negocios o sistema de producción de plusvalía de los exhibidores<sup>2</sup>. Frente al modelo tradicional de gestión de la exhibición, asociada a una pantalla por sala de cine, se pasó al sistema de variadas pantallas por sala de exhibición.

**Tabla 6. Evolución de las Salas de Cine en Chile.**

Año	Pantallas
1980	180
1985	177
1990	163
1995	142
2000	260
2005	292
2010	312
2015	382

Fuente: CAEM (2016).

---

2. En este nuevo modelo de negocios, los complejos de multisalas se asocian a grandes conglomerados inmobiliarios ligados a la administración de grandes espacios o centros comerciales (malls), lo cual transforma el negocio de la exhibición cinematográfica en un complejo comercial de servicios de entretención.

Este proceso de renovación y construcción habrá de tener un hondo impacto en el funcionamiento del propio mercado cinematográfico y en sus procesos de creación de valor agregado. Se establecerán nuevas formas de vinculación entre los exhibidores y los distribuidores, donde los intereses comerciales contradictorios de cada uno, se transformarán en una oportunidad comercial para el cine chileno de fines de los años noventa y comienzos de la década pasada. Lo central de este nuevo esquema de gestión comercial es la comprensión definitiva que los productos cinematográficos son sólo una mercancía que se rige por las dinámicas de la nueva fase de desarrollo del mercado capitalista, sino que también son sólo un eslabón en la cadena de creación de valor agregado de una industria altamente globalizada.

## **2.5. La Organización Industrial: producción globalizada y precariedad laboral**

El desarrollo de industria audiovisual chilena y de su producción cinematográfica ha debido bregar constantemente con un mercado interno reducido y con una base empresarial que presenta un desarrollo muy desigual. Muchos productores se ven excluidos de estos mercados debido a su reducida escala de operaciones, a la carencia de infraestructura tecnológica adecuada para elevar la calidad de sus producciones, así como insuficiencias en su capacidad organizativa y gerencial. Al contar con menos recursos, las pequeñas y medianas empresas audiovisuales tienen dificultades para mejorar la gestión de sus procesos productivos, financiar la renovación de sus equipos, acceder a servicios ofrecidos por el mercado, capacitar a su personal, etc. Por definición, las pequeñas y medianas empresas audiovisuales tampoco pueden aprovechar las economías internas de escala y de ámbito y enfrentan elevados costos de transacción en sus interacciones con otros agentes económicos.

Como el reducido tamaño de nuestro mercado que impide sostener un volumen importante y competitivo de producciones de presupuestos relevantes, ha surgido como estrategia empresarial la integración subordinada y dependiente a la globalizada cadena multimedia es tanto la condición de posibilidad, como el límite para el desarrollo de capacidades productivas nacionales. De lo anterior se deriva que casi el 30% de las producciones de mayores costos de producción en el

período han sido realizadas bajo la modalidad de co-producciones internacionales con empresas de Argentina, España, Brasil o México.

Complementario con lo anterior, los altos niveles de producción de cine en nuestro país se han visto favorecidos por una tercerización creciente de servicios por las productoras y canales de televisión, así como por la precariedad laboral en las relaciones capital-trabajo en el campo cinematográfico. Así pues, no se podría comprender el crecimiento de la actividad cinematográfica si no incorporáramos en nuestro análisis la *superexplotación de la fuerza de trabajo* que predomina en nuestra actividad. Técnicos y talentos sin contratos, directores que laboran gratuitamente, gestión de canjes comerciales para sustentar ítems diversos (catering, vestuario, ambientación, etc.), se ha hecho tan normal que muy pocos cuestionan esta modalidad de gestión de las producciones<sup>3</sup>.

Mientras los medios de producción y las nuevas tecnologías presentan una tendencia a la baja en su valor de cambio, el valor de cambio de la fuerza de trabajo del sector audiovisual presenta una tendencia al alza, lo cual avizora algo propio del sistema de reproducción del capital: la agudización de las contradicciones entre los medios de producción y las relaciones sociales de producción generadas por esta nueva fase de desarrollo del sector cinematográfico.

## 2.6. Estado y Desarrollo del Mercado Cinematográfico

Las reformas económicas neoliberales no sólo se tradujeron en cambio en la matriz productiva nacional, sino que alteró las propias formas en que el Estado participaba de la actividad económica. Habiendo sido reducido a un mero carácter subsidiario, la importancia de esto no es menor, pues sostenemos que la expansión de la producción y el consumo cinematográfico no se explican completamente si no se analiza los cambios en la política estatal en la economía del cine y el audiovisual durante los últimos diez años.

---

3. Eso es más dramático en las "óperas primas" de los realizadores, que son el 70% de las películas del período analizado.

La herramienta central del Estado chileno actual para ayudar a la producción privada de cine es el mecanismo de los fondos concursables. Sin embargo, producto de la nueva fase de desarrollo del capitalismo capitalista, unido a influencia ideológica de la tecnocracia neoliberal enquistada en la administración del Estado, el sector público comenzó a privilegiar a comienzos de la década pasada una visión renovada de las políticas públicas hacia este sector: políticas de fomento y desarrollo muy ligadas a las políticas de fomento productivo y de profesionalización empresarial, a fin de dotar de competencias y habilidades que consoliden una sofisticada industria nacional: una industria productora de contenidos audiovisuales, para globalizadas cadenas de distribución. Como indicáramos en el Cuadro N° 5, podemos proyectar que en período 2000-2017 se invirtieron alrededor de US\$ 126 millones para lograr el volumen de producción de 280 películas. Si proyectamos que, de acuerdo a las propias cifras oficiales del Fondo de Fomento Audiovisual (CNCA, 2016) aproximadamente el 70% de los costos de producción del cine chileno son co-financiados por el Estado, es claro que el riesgo de las inversiones disminuye ostensiblemente al incrementarse los fondos públicos. Más aún, el cálculo de los retornos del capital debe considerar los aportes de las ayudas públicas no reembolsables, que al disminuir el riesgo de la inversión aumenta las tasas de apropiación privada de la plusvalía social que produce el cine nacional.

Así, analizando la inversión público-privada en el sector cinematográfico nacional en la última década, puede desprenderse la aseveración que la inversión pública realizada durante los años los últimos veinte años en el sector cinematográfico y audiovisual aceleró la actividad económica de tales industrias y, al aumentar el stock de capital, se contribuyó a alcanzar las tasas de inversión privada necesarias para su sustentabilidad en el actual modelo de desarrollo, donde la acumulación y apropiación privada de la plusvalía es el eje de las nuevas formas de vida social y cultural. Si a ello sumamos que alrededor del 10% de las producciones acumulan un 65% del total de retornos del capital cinematográfico, queda en evidencia los niveles de concentración e integración vertical de las casas productoras chilenas a redes globales de distribución. Adicionalmente, esta metodología de intervención pública en la economía del cine y el audiovisual chileno genera una serie de otras externalidades negativas:

- a) **Disciplinamiento de la economía del cine al ciclo financiero estatal.** El primer problema de la modalidad actual de asignación de recursos públicos resulta del ordenamiento de la programación financiera de los proyectos audiovisuales a las temporalidades del año fiscal chileno. Esto significa que parte importante de los proyectos de realización cinematográfica deben ajustarse a las normas de inversión que tiene un Estado funcional a la reproducción del modelo neoliberal, a la vez que su carácter de subsidios anuales impide proyectos de realización de mediano plazo.
- b) **Distribución de recursos y relaciones sociales de producción.** Complementario con lo anterior, la segunda dificultad de este mecanismo está asociado a los montos en competencia –entre US\$ 120 mil y US\$ 180 mil por proyecto de largometraje- que no aseguran necesariamente su finalización, lo cual se ha traducido en que varios filmes han recibido en varias ocasiones y años diferentes recursos para su realización como mercancías. Eso se ha traducido en una ilusión de concursabilidad, ya que los proyectos cuyo rodaje se ha efectuado tienen mayores posibilidades de ser nuevamente apoyados que aquellos que están sólo en fase de pre-inversión. Además, los capitales –simbólicos y materiales- en competencia son desiguales, lo cual se traduce en que la esfera de la reproducción social ampliada y las relaciones sociales de producción también se hace presente en el momento de efectuar las transferencias fiscales a la economía del cine chileno.
- c) **Privilegio de factores cuantitativos por sobre los cualitativos.** El tercer aspecto regresivo para la economía del cine chileno de esta modalidad de asignación de recursos se encuentra en el sistema mismo de evaluación y definición de los proyectos beneficiados por el sector público. Si bien la inspiración de los mismos era el privilegio de la “calidad artística” y un sistema de definición “por los pares profesionales”, lo concreto es que la definición de factores asociados a la representación corporativa en los jurados ha significado la introducción de una serie de variables –como las acciones de “discriminación positiva” a regiones, a jóvenes, mujeres e inclusive a formatos electrónicos-, que se han traducido en un privilegio de factores

cuantitativos y extra cinematográficos por sobre la inspiración original de “obras de calidad”. De aquello se desprende una política donde lo relevante es la negociación de cuotas de recursos y proyectos entre los sectores del medio audiovisual representados cada año, en lugar de la “calidad” o proyección de los proyectos en concurso. Si a ello sumamos el hecho que todos los años se entregan la totalidad de los recursos asignados, queda más en evidencia esa mutación de los sistemas de asignación desde lo cualitativo a lo cuantitativo.

- d) **Interés social e interés corporativo en la economía del cine chileno.** El sistema de asignaciones vía concursos públicos anuales ha supuesto la constitución en cada período de jurados evaluadores y asignadores distintos. El resultado de este mecanismo es la modificación año a año de los criterios políticos a través de los cuales el Estado interviene en la economía del audiovisual. Junto a ello, dada el carácter multifacético de la actividad audiovisual en Chile, el gobierno ha resuelto fortalecer la representación corporativa en dichos jurados –directores, guionistas, productores, críticos, cortometrajistas, documentalistas, técnicos, profesores- que, en última instancia, niega la posibilidad de establecer una línea estratégica de intervención estatal coherente y consistente. O, lo que es lo mismo, se ha consolidado institucionalmente la apropiación particular de la plusvalía social, por sobre el interés social general. De esta manera, el Estado se ha transformado producto de la presión de los empresarios y productores cinematográficos en representante del interés general del gran capital transnacional que opera en estos mercados.
- e) **Las obras primeras (“operas primas”) y la economía del cine chileno.** Por otra parte, complementario con los puntos anteriores, la expresión del interés corporativo social y del capital simbólico que opera en la esfera de la reproducción social, ha generado un impacto directo en la fisonomía de las producciones apoyadas estatalmente. Sin referirnos específicamente a las temáticas, narrativas o contenidos de las obras apoyadas por el Estado, lo cierto e innegable es que la configuración de jurados ha introducido un

privilegio ideológico de producciones de bajo presupuesto (factor cuantitativo) y de realizadores nuevos (factor ideológico). Si se considera que en el período 1990-2016 se estrenaron un total de 337 largometrajes en los circuitos de valorización económica cinematográfica, al analizar los realizadores de las misas obras no encontramos con el hecho sobresaliente que sólo 23 directores estrenaron más de una película en el mismo período, que acumulan un total de setenta y ocho producciones entre todos ellos. Por eso, uno de los resultados concretos de esta forma de articulación entre el Estado y la economía del cine nacional es la “producción” de cerca más de 220 directores de cine con sólo una producción en el cuerpo. Más aún, la política estatal de apoyo a la cinematografía chilena se ha sustentado sobre la base de producir “óperas primas” y la formación de directores que engrosan las filas de empresas de producción publicitaria o televisiva.

### **3. Economía política y narrativas cinematográficas en una sociedad neoliberal**

#### **3.1. Neoliberalismo, cambio cultural y cine chileno**

Hasta el momento hemos utilizado la categoría abstracta de “cine chileno” para condensar en su interior diferentes sistemas de creación, producción y distribución comercial, así como a agentes económicos con intereses económicos contradictorio. Más aún, desde el punto de vista de la dimensión artístico cultural, lo que hemos denominado como “cine chileno” no pasa de ser un territorio diverso y plural, sin tradición y referencias propias socialmente compartidas; donde salvo la nacionalidad de los realizadores cuesta encontrar elementos comunes. En estricto rigor no existe un “cine chileno”, sino chilenos que producen o realizan películas cinematográficas.

Valga esa observación para clarificar, entonces, el sector o espacio cinematográfico nacional. Multiplicidad de propuestas, actores, intereses, circuitos, configuran un mercado donde se construye el valor de cambio de las mercancías cinematográficas. La ausencia de intereses comunes en el campo cinematográfico

(salvo que el Estado entregue mayores recursos a los privados) ha significado la construcción de un modelo de desarrollo cinematográfico en Chile que no difiere sustantivamente de lo que ocurre en otras latitudes; a saber, que los productores locales desarrollan una actividad estructuralmente funcional a la acumulación ampliada del gran capital audiovisual globalizado. Porque la producción de cine no vive en una *burbuja* económica, industrial o comercial; ajena al modelo económico-social que lo hace posible.

El “cine chileno”, así, es parte consustancial del régimen de producción capitalista contemporáneo, donde las permanentes innovaciones tecnológicas de producción deprecian rápidamente las inversiones. Donde la globalización de las relaciones sociales de producción y reproducción cultural, se traducen en casas productoras precarias y tercerizadas que –al mismo tiempo– sobreviven en base a explotación y precarización de la actividad laboral de técnicos y creativos. Lo paradójico de esta situación es ha sido “*naturalizada*” al punto de transformarse en un aspecto consustancial de la estrategia de desarrollo cinematográfica, abrazada eufóricamente por los empresarios audiovisuales, los trabajadores del medio y apoyada por el Estado.

Por eso, sostengo que el modelo cultural del neoliberalismo se ha transformado en el nuevo referente socio-cultural del cine chileno. Por eso, no se puede finalizar una reflexión crítica sobre el desarrollo histórico de la economía política del cine y la producción audiovisual en el Chile contemporáneo, sin referirnos a los impactos ideológicos del modelo económico-social y cultural que llamamos neoliberalismo en las propias miradas y narrativas que desarrollan los cineastas. Más aún, sostenemos que dicha articulación simbólica se realiza desde los propios cambios culturales que se están verificando en las subjetividades sociales e imaginarios colectivos, procesados desde las experiencias subjetivas del sujeto creador del cine.

Ahora bien, la investigación social actual nos está mostrando que ese conjunto de transformaciones en la “esfera de la producción” también ha modificado estructuralmente la “esfera de la reproducción ampliada” del capital ampliado y

simbólico de nuestra sociedad. En efecto, tales indagaciones no muestran que los rasgos centrales de la cultura neoliberal dominante en Chile es el individualismo narcisista; el aislamiento social; la ausencia de vínculos sociales durables; el existismo, el consumismo y la carencia de proyectos colectivos son los efectos culturales y subjetivos del éxito económico neoliberal. Y, en el caso de aquellas películas que logran contar una historia y muestran una intencionalidad narrativa, nos permite detectar ciertos rasgos comunes en el cine de ficción que ha llegado a las pantallas durante este período.

En este punto, es interesante observar en el cine chileno —en primer lugar— la persistencia de personajes que viven la construcción del “sí mismo” y la búsqueda de un Yo auténtico como una presión angustiante (ver Trejo, 2017). En segundo lugar, el panorama cinematográfico del cine chileno actual también nos muestra que tales tipos de personajes encarnan historias donde los procesos de individualización, de búsqueda de autodeterminación de los individuos, se verifican en un marco de pluralidad de opciones morales y donde las opciones finales se sustentan en una moral individual que se construye desde la “libertad de elegir” (pareja, religión, sexo, etc.), dando cuenta de la forma en que se expresa la sociedad de mercado y la cultura del consumo en la vida cotidiana de las personas (*ibidem*). Otro rasgo que observamos en la cinematografía chilena actual es que las narraciones producen espacios dramáticos donde la vida social es des-materializada y mediatizada; mediatización de la vida social, donde marcas y productos constituyen la posición social y la identidad de los personajes, promoviendo personajes psicológicamente precarios, inseguros, impotentes y socialmente alienados.

Más aún, observamos que la tendencia ideológica dominante en el cine chileno contemporáneo son aquellas historias donde el proyecto individual prevalece sobre las opciones colectivas. Más aún, los filmes recientes transmiten una visión sobre la validez de la retracción a-social, dando lugar a lo que la antropología contemporánea define como “familismo amoral”. La familia como eje del orden social, refugio emocional de personajes que “sienten” que no pueden cambiar el orden establecido o la vida social que les ha tocado vivir. Este rasgo comienza a hacerse patente en los filmes que se comienzan a estrenar a mediados de

la década pasada, pero en la actualidad se ha transformado en tendencia dominante (ver Trejo, 2017).

Lo anterior, unido a una narrativa donde la subjetividad de los personajes se nos presenta como algo construida desde la propia experiencia individual, da lugar a una cinematografía donde el contexto histórico o cultural, la vida social o el entorno colectivo de los personajes se nos presentan como algo dado; algo que es y no merece mayor atención; algo que nada nos dice sobre la construcción psicológica de los personajes. La vida social “cosificada” o “naturalizada” se presenta como simple decorado o como un “coro” que cumple la función de contextualizar la historia y la contemporaneidad de los personajes. Tanto es así que personajes históricos que sólo pueden entenderse en sus motivaciones desde el contexto en que se desenvuelven han terminado siendo caricaturas o meras anécdotas.

De ahí, entonces, que los directores hayan hecho suyo un planteamiento ideológico sobre el cine que están haciendo y lo expresan públicamente: “no pretendo hacer un juicio moral”; “no pretendo hacer una crítica política”; “esto es arte no ideología”; “me interesan los personajes, no la sociedad”; “el cine de hoy no puede ser político como en los sesenta o los setenta”; son sólo algunas de las afirmaciones que escuchamos constantemente. Tras esas afirmaciones que pretenden legitimar una visión cinematográfica no comprometida con el propio régimen de producción simbólica de la cual es tributaria, se esconden similares procesos de “fetichización” y «enajenación» de los sujetos creadores-productores que en el resto de la economía capitalista. Eso refiere tanto al proceso de cosificación o naturalización de los medios tecnológicos de producción (dándole propiedades casi mágicas), como a la alienación de los hombres y el producto de su trabajo.

### **3.2. Fetichización y enajenación en la cinematografía chilena actual**

Todo lo anterior nos hace posible identificar en la actualidad dos formas de *fetichización* y enajenación en el medio cinematográfico chileno. La primera, más evidente, es la exaltación el valor de las nuevas tecnologías audiovisuales como forma de acceder a la producción de mercancías y al mercado audiovisual global.

Esta visión idílica parte de considerar a las diversas innovaciones tecnológicas en el campo audiovisual al margen del régimen social y otorgarles cualidades especiales, una capacidad autónoma para generar por sí mismas un progreso permanente de la producción, al margen inclusive de las capacidades creativas de los autores. La segunda forma en la consideración de toda producción cinematográfica como una obra de arte que, por lo mismo, requiere de apoyos públicos. Esto ha llevado a una mayor fetichización de la obra fílmica y audiovisual, profundizando el proceso de alienación entre el creador y la obra de arte mutada en mercancía por los dispositivos tecnológicos desarrollados por la propia economía creativa.

Ambos procesos no sólo profundizan el proceso de *fetichización* de la mercancía fílmica y audiovisual, sino que fortalecen los dispositivos de enajenación de los cineastas como productores de valor-de-uso y partes de una relación social de explotación/dominación. Así, observamos películas sin mayor interés para las audiencias o para la crítica especializada; políticamente correctas e ideológicamente funcionales al modelo de acumulación económica; epistemológicamente, nihilistas, individualistas, hedonistas y complacientes; orientadas a círculos estrechos y sin vocación de masividad. Y sus socios principales han sido los medios de comunicación y el Estado que han hecho propios el discurso fetichista de las nuevas tecnologías de registro.

En la dialéctica de este proceso de enmascaramiento de la mercancía audiovisual como valor de uso y valor de cambio, como producto comercial y como audiencia, también está jugando un papel principal la progresiva pérdida de ese «aura» o prestigio (romántico, idealista) del «cine chileno». Ya los medios y las audiencias no consideran el estreno de un filme nacional como un hecho extraordinario y los «cineastas» chilenos no gozan del prestigio social o político de antaño. La reacción adolescente y pequeño burguesa ha sido el refugio en los discursos del «artista incomprendido» por las masas incultas e ignorantes, en esconderse en la figura del «cine por el cine» o en la experimentación de nuevos formatos técnicos. Siguen creyendo que los directores o guionistas o documentalistas o profesionales del sector audiovisual son poseedores de una genialidad y de valores superiores naturales superiores al resto de la sociedad, la cual debería inclinarse ante ellos.

Es el mismo movimiento que no les permite asumir en toda su radicalidad que el cine contemporáneo es una forma-mercancía que genera su valor de cambio en procesos de circulación mercantil hegemonzados por cadenas transnacionales de distribución audiovisual.

Dicho proceso ideológico de alienación o extrañamiento de sí mismos, re-fuerza el enmascaramiento de fetiche-cine y les impide observar la tendencia a la baja en las cantidades de espectadores de películas chilenas y un desvío de la atención de esas audiencias hacia películas de otras latitudes que llenan sus expectativas. Así, siguen impulsando políticas voluntaristas basadas en ese individualismo egoísta que promueve el modelo neoliberal y en el nihilismo epistemológico que estimula una visión romántica de los nuevos formatos tecnológicos, sin comprender que sólo son un sector subordinado y periférico de una cadena de medios globales que hoy son “los nuevos misioneros del capitalismo corporativo” (Hermann & McChesney, 1999).

### **3.3. El neoliberalismo cultural como referente del cine chileno contemporáneo**

Nuestro planteamiento base es que el modelo cultural del neoliberalismo se ha transformado en el nuevo referente socio-cultural del cine chileno. Eso se expresaría tanto en los planteamientos dramáticos, visuales y estéticos; como en la psicología, motivaciones y vinculaciones sociales de los personajes; donde la realización narcisista del Yo es más importante que la trama de “vivir juntos” de los personajes de las historias en pantalla.

Lo curioso es que —a diferencia de otras épocas— ello no es materia de crítica o reproche moral en la cinematografía chilena actual. Más aún, el gran “reproche” de muchos de esos filmes es hacia una sociedad que impide la proyección ampliada del individualismo y la construcción de la identidad personal desde el mercado. El personaje individualista, auto centrado y narcisista es hoy el “héroe” o la “heroína” del cine chileno. Personajes amoraes que se construyen desde la sociedad de consumo y la simple búsqueda hedonista de la satisfacción del placer y el deseo. Individuos desmaterializados, abstractos, que viven en ninguna parte

reconocible, deslocalizados y psicológicamente infantiles. Personajes e historias que no tienen *Historia*; personajes e historias que se encuentran desvinculados de la memoria social y política de Chile.

Por eso, observamos actualmente la producción casi seriada de películas sin mayor interés para las audiencias o para la crítica especializada. Películas epistemológicamente nihilistas, individualistas, hedonistas y autocentrados. Filmes orientados a círculos estrechos y sin vocación de masividad. Filmes políticamente correctos y complacientes con el orden establecido.

Junto a lo anterior, desde el punto de vista estrictamente ideológico, estas narrativas dominantes se sustentan en una visión del cine como una producción autónoma de la sociedad; donde las innovaciones tecnológicas adquieren un valor sublime; donde el principio estético del “arte por el arte” autonomiza el artefacto del sistema de signos en el cual está inserto; donde la libertad individual que proclaman las imágenes en movimiento como reflejo de la actual sociedad de mercado, lleva inevitablemente a afirmar la «libertad» del artista frente a la sociedad y soslayar una reflexión crítica sobre las condiciones sociales que hacen posible su propia creación. En suma, hoy tenemos una cinematografía cuya tendencia dominante es la reproducción acrítica de los imaginarios colectivos y de las subjetividades sociales producidas por la interiorización cotidiana de una globalización económica y cultural.

Por eso, sostengo que el modelo cultural del neoliberalismo se ha transformado en el nuevo referente socio-cultural del cine chileno. Pero eso no implica una determinación mecánica del contexto. De acuerdo a esta perspectiva, el cine se nos presenta como una práctica social significativa que procesa, combina y rearticula aquellos elementos que circulan al nivel social de una manera específica, constituyendo un “campo” (en el sentido de Bourdieu) contradictorio, paradójico, complejo, diverso, signado por la propia “economía política de los signos” (Baudrillard). Por eso es que, a pesar de las tendencias que marcan las narrativas dominantes en nuestra cinematografía, existen márgenes de reflexión, crítica y resistencia cultural, que dan cuenta de nuevas visualidades, imaginarios y

subjetividades. En efecto, hemos detectado un conjunto de propuestas cinematográficas que asumen una distancia crítica y reflexiva con las subjetividades e imaginarios presenten en las cintas comentadas. Son miradas que están emergiendo en los márgenes; subjetividades que están creando un cine que cuestiona, critican, resisten y no suspende su juicio moral sobre los imaginarios dominantes. Un cine donde los contextos culturales, la memoria histórica, las percepciones sobre lo social, juegan un papel central en la definición del perfil psicológico de los sujetos dramáticos. Un cine donde lo contemporáneo es un pretexto visual para cuestionar e interrogar el régimen de producción cultural que lo hace posible. Más allá de si el resultado es satisfactorio a nivel de audiencias o a nivel comercial, tales filmes también tienen el agregado que nos proponen un mirada distanciada, incluso, del propio cine; un punto de vista que reflexiona crítica y creativamente sobre el artefacto-cine. Es un cine que nos habla de una contemporaneidad más densa y compleja que los devaneos de un cine adolescente que busca una madurez en territorios ya transitados por otras cinematografías. De ahí que el campo cinematográfico chileno sea conflictivo, contradictorio, diverso y plural.

#### **4. Conclusiones**

A escala global, la mercancía-cine ha experimentado un importante crecimiento en producción y circulación, a la par de un conjunto de transformaciones en la economía mundial. Del mismo modo, hoy asistimos a un nuevo proceso de reconversión capitalista de la economía política del cine. Eso, producto de la masificación de las plataformas electrónicas y digitales de difusión y circulación de los capitales simbólicos. Como señalara Richieri (1994) esto ha sido producto de un conjunto de procesos de convergencia económica y comercial, donde las industrias audiovisuales se han constituido en parte esenciales de un macro sector de la economía -el mercado de las comunicaciones- y donde la producción de cine de ficción ha jugado un papel crucial. De esos factores, nos parece relevante destacar la revolución de los procesos tecnológicos disponibles en la industria de la comunicación, en general, y de la industria audiovisual, en particular. Los medios técnicos hoy disponibles en el mercado tecnológico han favorecido la convergencia

e integración horizontal/vertical de tres sectores: informática, telecomunicaciones y audiovisual, a fin de aprovechar la oportunidad que brinda el uso de un nuevo espacio tecnológico: el espacio de lo digital. Espacio que se nos presentaba en sus inicios como un simple espacio tecnológico que generaba sinergias entre tres sectores independientes: el informático, las telecomunicaciones y la producción de contenidos. Sin embargo, la convergencia tecnológica ha estimulado un ciclo expansivo de convergencia industrial y comercial, haciendo que el digital sea en la actualidad sobre todo un modelo de negocios capitalista que sobre determina el ciclo de creación de valor de los contenidos audiovisuales, en general, y cinematográficos, en particular, contribuyendo a la acumulación ampliada del capital.

En efecto, la producción industrial de contenidos audiovisuales se nos presenta en la actualidad como uno de los puntos estratégicos de toda la cadena de valor del capitalismo tecnológico, ya que produce mercancías: primero, con mayor valor agregado, desde el momento que utiliza una materia prima escasa (la creatividad y el talento), poco sustituibles por las máquinas y no sujeta a la competencia sobre los costes de producción; segundo, con mayores alternativas de distribución y, por ende, de acceso a nuevos consumidores; y, tercero, en condiciones de arrastrar el ingreso en las familias de nuevos medios de comunicación y servicios tecnológicos.

Esa es la plataforma digital sobre la cual se está construyendo la nueva economía política del capitalismo y de la cinematografía contemporánea. El digital ya no es sólo un dispositivo tecnológico, sino un nuevo modelo de negocios que involucra nuevas formas de valorización de las mercancías audiovisuales. Eso queda más claro en la televisión digital terrestre (TVDT), que ha sido promovida como la oportunidad de imágenes de mejor calidad, portabilidad y movilidad que en beneficio de la sociedad en su conjunto. Lo que los mismos voceros olvidan de mencionar que ello implica un reordenamiento y eventual privatización del espacio radioeléctrico; que los contenidos en programación sólo son la punta de lanza de servicios complementarios de transmisión inalámbrico (internet móvil, transferencia de datos, telefonía móvil, etc.); y que el cine de ficción está diseñado como un contenido “premium” para audiencias segmentadas de alto poder adquisitivo (Aranz, 2002).

Es decir, estamos en medio de un proceso de transformación de la cadena de valor cinematográfico, donde los intereses de clase tras esta forma de acumulación y concentración capitalista son enmascarados bajo los discursos de la neutralidad tecnológica de lo digital o el ocultamiento de los intereses de clase que cruza toda producción simbólica en nuestra época. Y eso no ha logrado ser comprendido por los actores subordinados y periféricos del mercado cinematográfico, todavía obnubilados con la visión idealista de las potencialidades de las tecnologías digitales y del propio cine que llevan adelante, sin comprender que son sujetos pasivos y subordinados de una gran cadena económica multimedia, globalizada, concentrada y misionera del capitalismo corporativo. Y Chile es sólo un pequeño ejemplo de un proceso de escala globalizada.

## Referencias

- ARNANZ, CARLOS (2002): *Negocios de Televisión. Transformaciones de valor en el modelo digital*. Barcelona; Editorial Gedisa.
- AUGRÓS, JOËL (2000): *El Dinero de Hollywood. Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona: Editorial Paidós.
- BARRIL, CLAUDIA & SANTA CRUZ, JOSE M., Editores (2011): *El Cine que Fue: 100 años del Cine Chileno*. Santiago: Editorial ARCIS.
- BENJAMIN, WALTER (2004): *La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica (1934)*. Santiago: Editorial ARCIS.
- BOURDIEU, PIERRE (1998): *La distinción*. Madrid: Editorial Taurus.
- CALOGUERA, ALEJANDRO (2017): *El Cine Chile Año 2016: Informe de la Cámara de Exhibidores Multisalas AG*. Santiago: CAEM.
- CNCA (2017): *Resultados Cinematográficos 2016. Informe de Oferta y Consumo de Cine en Chile*, Santiago: Consejo Nacional de las Artes y la Cultura.
- CNCA (2016): *Resultados Cinematográficos 2015. Informe de Oferta y Consumo de Cine en Chile*, Santiago: Consejo Nacional de las Artes y la Cultura.
- CNCA (2013): *Resultados Cinematográficos 2012. Informe de Oferta y Consumo de Cine en Chile*, Santiago: Consejo Nacional de las Artes y la Cultura.

- CNCA (2003): *Impacto de la cultura en la economía chilena. Participación de algunas actividades en el PIB*. Santiago: Editorial Convenio Andrés Bello – Universidad ARCIS – Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- FRENCH-DAVIS, RICARDO (2007): *Entre el Neoliberalismo y el Crecimiento con Equidad. Tres décadas de política económica en Chile*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- HERMANN, G. & MACHESNEY, W. (2005): *Medios de Comunicación: Los misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Editorial Cátedra.
- MOUESCA, JACQUELINE (1997): *El Cine en Chile: Crónica en tres tiempos*. Santiago: Editorial Planeta.
- PELAZ, JOSÉ-VIDAL & RUEDA, JOSÉ (2002.): *Ver Cine. Los públicos cinematográficos en el siglo XX*. Madrid: Editorial RIALP.
- RAMA, CLAUDIO (2003): *Economía de las Industrias Culturales en la Globalización Digital*. Buenos Aires: Editorial Eudeba.
- RICHERI, GIUSSEPPE (1994): *La Transición de la Televisión: Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*. Barcelona: Bosh Comunicación.
- SMYTHE, D. W (1983): “Las comunicaciones: ‘agujero negro’ del marxismo occidental”, en Richeri, G.: *La televisión: entre servicio público y negocio*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 71-103.
- SWEEZY, PAUL (1970): *Teoría del Desarrollo Capitalista*. Fondo de Cultura Económica, México.
- TREJO, ROBERTO: “*Cine chileno y capitalismo neoliberal: Apuntes para una Crítica de la Economía Política del Cine Chileno*”, en CHASQUI – Revista Latinoamericana de Comunicación, N° 32, Quito. ISSN 1390-1079.
- TREJO, ROBERTO (2014): “*Cambios Culturales, Imaginarios Colectivos y Cine Chileno Actual*”, en Barril, C., Corro, P & Santa Cruz, J.M. Ed.: *Audiovisual y Política en Chile*. Santiago: Editorial Instituto de Estética PUC.
- TREJO, ROBERTO (2009): *Cine, neoliberalismo y cultura: crítica de la economía política del cine chileno contemporáneo*. Santiago: Editorial ARCIS; pp. 15-29.
- WASKO, JANET (2006): “*La Economía Política del Cine*”, en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, Madrid: Universidad Complutense de Madrid, vol. 11, pp. 95-110.

## CAPÍTULO 5

### LITERATURA Y CINE: EL CASO DE LAS ADAPTACIONES

EDUARDO HUÁRAG ÁLVAREZ

#### 1. Introducción

Lo que nos proponemos en el presente ensayo es realizar un conjunto de reflexiones acerca de la traslación de la obra literaria al cine. El tema pasa por una necesaria revisión de la naturaleza de cada uno de los mensajes (el literario y el filmico), en tanto signos que constituyen códigos que se articulan en un tipo de mensaje; pero, además, nos interesa establecer lo que implica una narración en tanto estructura y modo de tratamiento. En cada caso, se trata de establecer las diferencias de cada código, pero también en qué puntos establecen contactos. Porque el cine tiene elementos que provienen del relato como tal (llámese relato oral o relato literario), pero tiene mucho que ver con los componentes propios de la expresión dramática, por eso hablamos de actantes e intensidad dramática.

El caso de las adaptaciones no es tan simple. En el proceso de traslación al mensaje filmico nos encontraremos con diferentes modos de tratamiento. Algunos, especialmente cuando es una obra de teatro de autor consagrado, tratarán de

mantener los diálogos y respetar las escenas configuradas en el texto. Naturalmente, considerando los cambios que exige la articulación de secuencias que, en el cine, es distinto al del teatro. Pero hay otras obras filmicas en las que el realizador que se basa en una novela, pero hace una libre adaptación que, inclusive supondrá cambios en la trama del relato. En ese caso, el filme se nos muestra como una obra diferente de la historia primordial y con todas las implicancias que supone un relato filmico. El resultado final es que, en muchos casos, la obra no es una buena adecuación de la obra literaria y marca una diferencia que decepciona al que ha experimentado la fruición de la obra literaria; o puede ocurrir —como sucede en muchos casos— que el director ha elegido un relato literario *best seller* o una novela literariamente no tan exitosa y ha hecho un buen guion y una excelente película.

## 2. El cine: Una expresión con elementos estructurados

El cine, al inicio de su historia, fue designativo: mostró hechos y acontecimientos de la realidad, tal como ellos se presentaban. Recordemos que el cine es sus orígenes registraba escenas de la vida cotidiana. La novela y la fascinación se daban porque esas escenas de la vida real ahora podían ser revividas por la magia del celuloide. Ya la fotografía había mostrado en una fracción de segundo los rasgos del objetivo real. Pero la fotografía era estática. Con el cine en cambio, se estaba ante la acción sucedida, una acción en *movimiento* como todas las cosas instaladas en el mundo. El cine, de esta manera, nos enfrentaba ante un espectáculo de mayor iconicidad. Se reproducía el espacio y el acontecer de lo real. Los acontecimientos de la mundaneidad estaban allí, ante nosotros.

Lo que determinó la constitución de un mensaje orgánico en su narratividad, fue la posibilidad de organizar secuencias de los hechos cotidianos que se grababan. Ello significaba editar lo grabado, realizar sucesivos cortes para estructurar una significación. Esto determinó que el cine no sólo sea tomado como elemento de información denotativa, sino como expresión con inmensas posibilidades artísticas. El cine era ese acto mágico que en unos instantes nos llevaba con información denotativa, pero a la vez con elementos connotativos. Al término

de *Acorazado Potemkin* el espectador no queda impasible, indiferente, no puede dejar de reconocer que se encuentra ante una expresión artística.

Jean Mitry, en su libro *Estética y psicología del cine*, encontró una gran cercanía entre la expresión cinematográfica y la expresión literaria. Para él, el cine es: "(...) una forma de expresión estética (como la literatura) utilizando la imagen que es (en sí misma y por sí misma) un medio de expresión cuya serie (es decir, la organización lógica y dialéctica) es un lenguaje." (Aumont, J., 1966, p.175). Para Mitry lo fundamental es que el cine, como otras artes, es una cadena de significaciones que utiliza recursos para traducir pensamientos y que, a semejanza del mensaje literario, utiliza también recursos retóricos.

Pero para entender el mensaje cinematográfico como lenguaje debemos concebirlo como algo más que una cadena de elementos con significaciones. Admitir que el mensaje cinematográfico es un lenguaje (semejante al signo lingüístico) supone admitir la idea de lenguaje como sistema articulado por un conjunto de elementos constitutivos, de elementos discretos que se combinan en dos niveles. En otras palabras, admitir el funcionamiento de un sistema supone reconocer que existe un número limitado de signos que se repiten y que las diferentes opciones combinatorias le permiten conformar unidades de significación.

Para Umberto Eco, el problema está mal planteado desde el principio. Ni siquiera se debió considerar la noción del cine como lenguaje, porque:

"Para hablar de "lenguaje" son necesarias tres condiciones:

1. Disponer de un conjunto finito de signos.
2. Que esos signos sean susceptibles de ser integrado en un "repertorio léxico", y
3. Que pueda ser diseñado el sistema de reglas a que han de atenerse en su articulación discursiva.

Las imágenes visuales y acústicas no reúnen ninguna de esas tres condiciones, por consiguiente, no pueden configurar un verdadero lenguaje” (García Jiménez, J., 1993, p. 37).

El problema del mensaje cinematográfico es que los elementos de su sistema no se articulan en un sistema invariable. Si establecemos una unidad de significación en una secuencia fílmica (una toma con determinado actor y determinada escenografía), con seguridad que ella no puede significar lo mismo variando alguna de los elementos mencionados. Casi se podría decir *que cada filme establece su propia unidad de significación*. Lo que podamos decodificar es válido solo en este filme, con esa puesta en escena como significante. Variando el significante, cambia la significación.

En el cine nos encontramos ante un código en el que concurren elementos como la actuación (la significación que se deriva de la expresión actoral), la composición misma del plano, del encuadre (que comporta también su connotación), la organización de la escenografía y la puesta en escena en general (que incluye el espacio, el vestuario y todos los objetos presentes para estructurar la significación), el sonido (música y efectos sonoros), y la sintagmática que se establece a partir de la superposición de imágenes (cortes, disolución, etc.) *Cada una constituye un subcódigo y cada subsistema actúa con los otros de manera concurrente para la estructuración del sintagma narrativo*.

Con las imágenes, el realizador puede estructurar un sintagma en el que se van insertando intencionalmente íconos con propósitos de significación metafórica. Eso fue lo que hizo Eisenstein. El cine se convierte así en una modalidad de expresión semejante a cualquier otra forma de expresión artística en el que se utiliza los elementos propios de una retórica con fines estéticos.

Desde otra perspectiva, considerando lo literario y lo fílmico desde su iconicidad, se puede decir que:

“(...) la iconicidad literaria y la iconocidad cinematográfica son notablemente diferentes. Mientras que los elementos icónicos del signo visual

son captados por los órganos de la visión, los elementos icónicos del signo lingüístico son captados por los órganos de la representación, de naturaleza psíquica y no visual. En eso radica la diferencia entre un paisaje descrito con palabras y un paisaje mostrado con imágenes” (Blanco, D., 2017, pág. 16).

### 3. La narratología del filme

Toda narración tiene un orden, una sucesión, una organización interna. Desde los griegos sabemos que un relato tiene un comienzo y un desarrollo y un desenlace. Tal vez desde los orígenes de la cultura el hombre tuvo noción de lo que significa el ordenamiento de las acciones para su transmisión en relatos orales. La obra fílmica ficcional responde a los principios básicos de los relatos. La obra fílmica combina elementos propios de descripción y narración. La narración, en ese sentido presupone una historia y personajes. Esto es válido para la narración literaria y la narración fílmica. Y tendríamos que agregar que, inherente a la narración, es el conflicto. El conflicto es el motor de la historia del devenir de las acciones.

Ahora bien, como los acontecimientos de la secuencia argumental responden a una organización, quiere decir que son posibles de ser estructurados, de ser estudiados como parte de un ordenamiento narrativo. La ciencia que estudia la organización de las acciones en el relato se denomina *Narratología*. Y la narratología audiovisual se encargaría de la: “ (...) ordenación metódica y sistemática de los conocimientos, que permiten descubrir y describir y explicar el sistema, el proceso y los mecanismos de la narratividad de la imagen visual y acústica fundamentalmente, considerada ésta (la narratividad) tanto en su forma como en su funcionamiento” (García Jiménez, J., págs.13 y 14).

La semiótica considerará que en el relato existen dos componentes: la historia y el discurso. La historia se refiere a las acciones, el modo cómo se articulan los hechos; y el discurso, el ordenamiento (y las variaciones) de los sintagmas. Por este camino se llega a establecer, por ejemplo, la lógica de los posibles narrativos. Y es que, en el desarrollo de la trama del relato, es posible determinar las posibles

acciones que se sucederán. Brémond formulará la idea de los procesos de mejoramiento y degradación. Las acciones que siguen los personajes se orientarán hacia el mejoramiento o hacia la degradación.

La magia del relato, del buen relato, es que siempre nos sorprende porque precisamente no va por donde suponemos que irá. La predictibilidad de los hechos nos haría suponer que todos los hechos son anunciados y que estos hechos se desenvuelven con ciertos esquemas predeterminados. Es verdad, que existen ciertos esquemas que se repiten, pero buena parte del acto artístico radica en lo no predecible, en la ruptura de esquemas preestablecidos. La obra, la buena obra es una armazón en el que todos los elementos cumplen seguramente una función, tienen una razón de ser: justifican su presencia. Habría que agregar que no se trata únicamente de un conjunto de elementos que conforman el todo, también hay que considerar el manejo del suspenso, la intensidad dramática.

#### **4. Las adaptaciones de la narrativa literaria a la narrativa fílmica**

Muchas veces el lector se siente muy decepcionado de una adaptación fílmica. ¿Por qué la fruición que tuvimos con la lectura del imaginario novelesco ahora, en la representación fílmica, nos parece una versión plana, sin la profundidad de la narración literaria, sin la exploración hacia el imaginario que realiza la novela? ¿Por qué la obra fílmica, contando con más recursos, no logra instalar en nuestro imaginario, en nuestro ser interior, ese universo narrativo que sí instala la novela? ¿Por qué la obra fílmica no ha logrado transmitir la misma emoción que sentimos al leer la obra literaria?

Si se trasladara la novela, capítulo por capítulo, si se respetara la secuencia narrativa y se consideraran los diálogos de los personajes tal como aparecen enunciadados en la novela, posiblemente la obra fílmica sería un desastre artístico, además de los serios problemas que tendría como narratividad. La obra fílmica puede tomar el argumento central, la organización de la trama, el conflicto principal, los personajes protagónicos, pero nada más:

“Por su propia naturaleza, la adaptación es una traslación, una conversión de un medio a otro. Todo material previo – literario o no – se resistirá en principio al cambio, como si dijera ‘tómame tal como soy’. Pero la adaptación implica un proceso que supone repensar, reconceptualizar, y también comprender que la naturaleza del drama es intrínsecamente diferente de la de cualquier otra forma literaria” (Seger, L., 1993, p.30).

La obra fílmica tiene su propio ritmo narrativo, sus propios recursos. No olvidemos que la obra fílmica pone en práctica la narrativa literaria. Instala un mundo figurado. Una cosa es imaginar a don Quijote de La Mancha desde la lectura de la obra, y otra muy distinta observar en el filme si determinado actor transmite lo que es el Quijote, como personaje imaginado.

Como la adaptación al mensaje fílmico no es una traslación mecánica, el guionista debe reestructurar ese mundo narrativo y proponer otro. Sin embargo, el nuevo mundo, el mundo del filme, debe conservar el sentido de la obra primigenia. Es poco probable que cambie el conflicto central de la obra novelesca, es poco probable que cambie los personajes protagónicos, pero definitivamente debe estructurar una narrativa distinta. Tomará nota de la referencia de ciertos lugares, de la época, tendrá en cuenta algunos diálogos, pero al instalar el mundo narrativo del filme deberá efectuar un proceso de selección de lo que encuentra y crear nuevas situaciones, coherentes con el mundo novelesco que se adapta:

“La adaptación requiere una toma de decisiones. Esto significa que tendrás que eliminar parte del material que más te gusto. Los acontecimientos pueden necesitar un nuevo enfoque... Si una trama importante no sirve para el movimiento dramático de la historia, posiblemente tendrá que eliminarla” (Seger, L., 1993, p.38).

Lo que se indica, en buena cuenta, significa que la adaptación se estructura a partir del relato argumental que propone la novela, pero por encima de ella enhebra otra historia en la que podrían estar dejándose de lado historias colaterales,

sea porque dispersan la atención sobre la historia central, sea porque interfieren en el *continuum* de una secuencia de acción ya estructurada.

En la novela estamos atados al universo verbal, y seguimos la narración desde el punto de vista del autor (a excepción de alguna novela experimental como *Rajuela*, de Julio Cortázar):

“Si el narrador pone el acento en la acción, nosotros seguiremos la acción, si el narrador nos habla de los sentimientos, nos centraremos en los sentimientos. Sólo podemos recibir una parte de la información en cada momento. La novela sólo nos puede dar información secuencialmente” (Seger, L., 1993, p. 45).

Algunas técnicas de la novela moderna han sido asimiladas del cine. Nos referimos a ese modo de ir relatando historias alternadas o acontecimientos paralelos y que, luego, se van enhebrando. El relato fílmico es una propuesta abierta en el que la narratividad toma varios caminos que el espectador va enlazando. Una propuesta para la síntesis que debe realizar el espectador. Pero, además, esta propuesta abierta le permite observar al espectador elementos de significación que aparecen superpuestos, elementos que están allí como elementos secundarios pero que revelan carga significativa. Son significaciones que se ofrecen simultáneamente a la percepción del espectador.

Ahora bien, aunque la narratividad puede poner más énfasis en un aspecto de la acción narrativa, es obvio que soporta la lectura de sus otros sub-códigos. Mientras en la obra literaria sólo nos encontramos con el código verbal, en el mensaje cinematográfico los otros sub-códigos (la música, el desempleo actoral, la escenografía, etc.) están presentes con su propuesta de significación. Por ello, el que realiza la adaptación debe pensar, a partir de la propuesta novelesca, como es que aquello se convierte en escena, en un acontecer, con acción y conflicto, aunque pueda sonar redundante.

Este paso del texto literario al texto fílmico es una complejidad frente a la que los directores o realizadores han debido adoptar diversas decisiones. Adaptar significa:

“... una transfiguración no sólo de los contenidos semánticos sino de las categorías temporales, las instancias enunciativas y los procesos estilísticos que producen la significación y el sentido de la obra de origen... Toda adaptación, por tanto, implica dos principales consecuencias: la transformación, por un lado, y la condensación y reducción del texto de partida, por otro” (Pastor Cesteros, S., 1996, p. 28).

Aceptamos el concepto de transformación en tanto que la obra no será la misma como estructura narrativa, como secuencia de acción. La obra fílmica organiza su propia secuencia narrativa. Por otro lado, habría que advertir que, si bien es verdad que en muchos casos el filme condensa la referencia argumental literaria, en otros casos no sucede así. Por eso preferimos hablar de *reelaboración de la obra*, aunque una reelaboración que no tiene total autonomía de creación porque los límites de la argumentación central han sido establecidos por la obra literaria. La utilización de un mayor o menor número de hechos argumentales, de un mayor o menor apego a la secuencia de acciones y participación de autores, determina diferencias y variantes.

Tal vez debamos convenir en que se trata de dos códigos diferentes: “(...) la diferencia radica precisamente en las formas en que los diferentes códigos que en ellos concurren, se han entretreído, y en los rasgos de la materia significante que los soporta: rasgos icónicos-cinematográficos / rasgos lingüísticos – literarios” (Blanco, D., 2017, p. 63).

## 5. Dos filmes basados en relatos literarios

Para el presente ensayo hemos seleccionado dos obras fílmicas que se basan en obras literarias. Nos referimos a “Maruja en el infierno”, filme de Francisco Lombardi, basada en la novela “No una sino muchas muertes”, de Enrique Congrains Martin. La otra es el filme titulado “Rashomon”, de Akira Kurosawa; basado en “En el bosque”, de Akutagawa.

### 5.1. “No una sino muchas muertes”

Enrique Congrains, coherente con la tendencia neorrealista a la que pertenece, presenta personajes de las zonas marginales en la urbe, pero habría que precisar que se trata de actuantes de un segundo nivel de marginalidad. No son solo de los sectores más pobres de la ciudad, también son personajes proclives a la delincuencia, son, *lumpen* de la sociedad. Destaquemos que funcionan como grupo: planifican un asalto entre varios y las ganancias deben ser repartidas entre todos.

Esta vez, el grupo ha capturado un demente y lo trasladan a un taller que funciona como lavadero de pomos. En ese lugar una decena de dementes trabaja en el lavado y selección de pomos que la vieja Carmen se encarga de vender a los laboratorios farmacéuticos. La actividad, por cierto, es informal. El *incidente desencadenante* se produce cuando Alejandro, uno de los jóvenes de la pandilla, fue a venderles un demente que había capturado el grupo. Le pide a la vieja que le pague cuarenta libras (400 soles). La dueña del lavadero solo aceptará pagarle veinticinco libras (250 soles). Maruja, la sobrina de la vieja Carmen, es una joven atractiva y con mucha iniciativa. La vieja deja pendiente el pago solicitado. Mientras tanto, Maruja lo lleva a su habitación. La atracción y el encuentro apasionado es inevitable.

Los pandilleros, incluso Alejandro, están condicionados por los apremios de la inmediatez. Contrariamente, Maruja desea tener un lavadero propio, con los locos trabajando para ella. Cree que de ese modo podrá tener una ganancia considerable. Pero Maruja, sola, no podría conformar su empresa. Necesita un grupo de personas que le apoye trayendo algunos de los tantos dementes que andan por la ciudad; además, otro que se encargue de traer verduras para prepararles la comida.

Piensa que podría incorporarse al grupo, pero eso es algo que escapa a las convenciones establecidas. Los grupos pandilleros solo están conformados por hombres y no se acepta que una mujer integre la pandilla. Ella persiste en su idea, no quiere seguir realizando el trabajo que le ha asignado la tía: “Para mí se trata de lo que voy a hacer: no quiero pasarme la vida entera cocinando para los locos de la vieja” (Congrains, E., 1974, p. 109).

En contraposición, Alejandro –de quien Maruja espera que tenga iniciativa y comparta la idea de un lavadero propio– no tiene el mismo objetivo. Toda su expectativa a futuro es conseguir un trabajo en una fábrica. Es decir, incorporarse al engranaje de obreros de fábrica, tener su sueldo y divertirse. Se lo dice a ella: “Una fábrica, pues. Tú y yo nos metemos a trabajar en una fábrica”. Y luego, como logro de vida, señala: “Trabajamos. Sacamos para vivir. Nos divertimos cuando queremos. Y lo hacemos cuando queremos” (Congrains, E., 1974, p.111).

Maruja no se amilana. Ella está convencida que el origen de la riqueza es el trabajo no pagado que pueden brindar los locos con el lavado de frascos que luego se venden a los laboratorios farmacéuticos. Los pandilleros no se interesan por el lavadero propio, ellos quisieran entrar al taller y buscar el dinero que suponen atesora la vieja en el lavadero. Maruja comenta: “(...) lo más probable es que no encontremos ni un miserable billete de diez soles. ¡En cambio, con los locos trabajando para nosotros, todos los días vamos a tener nuestra ración de billetes!” (Congrains, E., 1974, p.159).

Un hecho inesperado sucede: cuando están en el taller listos para llevarse a los locos, descubren que la vieja ha sido asesinada. El barbón, testigo de los hechos, les mostró un billete de quinientos soles que se le cayó al zambo. El grupo sospecha que se ha llevado una fortuna: “-Dejémonos de tonterías (...) Vamos los cinco con nuestro amigo a buscar al zambo y después nos repartimos la plata. En medio día podemos estar ricos” (Congrains, E., 1974, p. 239).

El esfuerzo de Maruja es patético. Ante la posibilidad de buscar al zambo y quitarle el dinero que los haría ricos y la opción de Maruja de instalar el lavadero propio, optan por lo primero. Y se lo dicen casi con furia: “ - ¡Lavadero! ¡Todavía hablando de lavaderos! ¿No te das cuenta que cualquier lavadero es una porquería en comparación a lo que el zambo tiene en los bolsillos? – preguntó Pepe (...)” (Congrains, E., 1974, p.240).

Luego que la abandonan, ella se encuentra con el negro Manuel. Maruja le tiene admiración y respeto. Ella le cuenta que el grupo de pandilleros ha ido a

buscar al zambo que se llevó el dinero de la vieja. Y cuando Manuel le preguntan por qué ella no se ha ido con ellos, Maruja le dice porque a ella lo que le interesa es instalar su lavadero: “Yo no fui con ellos; a mí me interesaba sacar adelante el nuevo lavadero o no me interesaba nada de ellos” (Congrains, E., 1974, p.248).

Desde la perspectiva de las significaciones, el novelista ha encontrado la forma de metaforizar el espacio de los marginales, ese lugar infernal al que llegan las “estructuras de deshecho” de la urbe. Porque los locos son eso, estructuras de deshecho que no tienen lugar en la ciudad. A partir de ello, la vieja se las ingenió para tener un taller y buscar un tipo de renta que la beneficie. Y Maruja, repitiendo el modelo de enriquecimiento de la tía Carmen, desea tener su propio lavadero.

Es importante advertir como es que el narrador ha construido un personaje femenino que, en medio de la miseria y la violencia, tiene un sentido emprendedor. Ha observado su realidad y espera tener un taller propio. El gran mérito del escritor es haber configurado un personaje que quiere sobreponerse a la adversidad. El taller es una gran metáfora, un espacio infernal del que no es posible escapar.

## 5.2. “Maruja en el infierno”

Un joven realizador, como Francisco Lombardi, encontró que la novela corta de Congrains (“*No una sino muchas muertas*”) planteaba una realidad sórdida que merecía ser llevada al cine. Hizo la adaptación en lo que luego sería la película: “*Maruja en el infierno*”. Por lo que se sabe, el guion literal de la novela fue modificado hasta en dos oportunidades: primero con la intervención de Edgardo Russo y luego, definitivamente, con la versión de José Watanabe.

En el filme, el escenario fundamental es la fábrica que dirige doña Carmen, una veterana que se dedica al reciclaje de botellas o pomos que luego vende a las farmacias. Los trabajadores de su taller son dementes que han sido recogidos de las calles de Lima. Se trata, pues, de un lugar simbólico, de un “infierno” al que se llega y del que difícilmente los dementes podrán salir. En el tratamiento fílmico es importante señalar que el cineasta trata de darle al relato un tono mítico, razón

por la que Maruja se presenta contando una historia que es casi una leyenda de lo que la película va a recrear.

El filme se centra en una pandilla de asaltantes que se ha propuesto robar el dinero que – suponen – guarda doña Carmen. Alejandro, uno de los que integra la pandilla, debía entrar al taller con algún pretexto y conocer, adentro, en qué lugar se guarda el dinero. El problema se complica porque Alejandro se enamora de Maruja, la joven sobrina que cumple las labores propias de una empleada y cocinera. El amor los lleva al deseo y la intimidad. Pero simultáneamente suceden otros hechos. El amante de doña Carmen se anticipa a la pandilla y mata a doña Carmen para apropiarse de su dinero. Se suceden otros enfrentamientos y muere el amante de doña Carmen.

La crítica destaca la intensidad de los hechos dramáticos en la secuencia final:

“Maruja en el infierno” gana interés en su última secuencia, la de la salida a la luz y la partida hacia la calle y el mundo. La conclusión es más bien una interrogante. La salida de la fábrica insinúa un paso hacia la “liberación” de ese grupo humano hasta entonces explotado, pero sin ser una situación regocijante o culminante. Los personajes terminan arrojados a la lucha por la supervivencia en un mundo hostil e inseguro del que la fábrica de vidrios es una representación condensada” (Bedoya, R., 2009, pág. s/n).

Aunque la película fue filmada en 1983, la periferia de Lima no había cambiado. Todo seguía con una atmósfera de abandono y pobreza. Seguía siendo el espacio de los que perdieron el camino. La ciudad era opresora, lúgubre y sin esperanza para los desposeídos y marginales. Están tan acostumbrados al infierno que, cuando los dementes tienen la opción de ser libres, se sienten confundidos y no saben adónde ir.

Pablo Salinas, que ha hecho una investigación sobre esta película, dice que:

“Los pobres han degenerado de proletarios hasta convertirse en pandillas o en fanáticos religiosos y los que mueven el sistema productivo son los

sujetos que estos atrapan para comercializarlos. Las tomas abiertas que nos muestran fábricas abandonadas son señales del final del sueño de una revolución industrial (...) En este ambiente apocalíptico de la desastrosa industrialización, la locura adquiere un valor de cambio trascendental en comparación a una mano de obra proletaria inútil o inutilizada” (Salinas, P., 2013, p. 131).

### 5.3. La adaptación de la novela

Respecto al filme debemos señalar lo siguiente:

1. A través de las secuencias y la puesta en escena, el filme ha tratado de mantener la estructura fundamental del relato novelesco. Se visualiza el taller en el que los dementes se dedican a clasificar los frascos que luego se llevarán a los laboratorios farmacéuticos. Se presentan también a los personajes protagónicos, siendo ellos: Maruja; los pandilleros a los que pertenece Alejandro; Carmen, la dueña del lavadero, y el zambo que es el capataz y amante de la dueña del lavadero.
2. No obstante, acaso por la intención de simplificar el relato, se han modificado aspectos sustanciales. Se ignora que la novela pone especial énfasis en la expectativa de Maruja por tener su propio lavadero y un conjunto de locos que trabajen para ella.
3. El desenlace del filme ha sido planteado bajo los esquemas convencionales del final feliz. En el filme, uno de los pandilleros lucha con Alejandro porque ellos esperan que les diga dónde está el dinero de la vieja asesinada. Antes, Alejandro ha matado al zambo que asesinó a la vieja. Como se ve, esta es una variación frente a la novela. Se han cambiado los hechos. En el filme, Maruja y Alejandro terminan llevándose el dinero de la vieja asesinada. En la novela, el zambo mata a doña Carmen, la dueña del taller y se lleva el dinero. Maruja no termina beneficiándose del dinero de la vieja asesinada.

4. El filme le concede mucha importancia a la relación amorosa de Alejandro con Maruja, cuando el hecho más importante es el empeño de ella por convencer al grupo en formar un lavadero propio que les permita tener dinero y grandes ganancias. Incluso, Alejandro, el que aparece como héroe romántico, en la novela difiere de esa imagen. En la novela, Alejandro, luego de la relación de pareja con Maruja, termina huyendo del escenario de los hechos. Cuando Maruja empieza a llevarse a los locos hacia un depósito donde espera formar su propio lavadero, Alejandro ha escapado.

#### 5.4. El relato: “En el bosque”, de Akutagawa

El relato denominado “En el bosque”, de Akutagawa, presenta diversos testimonios a manera de informes de relatos policiales. Tales testimonios dan cuenta de un homicidio y declaraciones de personajes implicados en el incidente. El oficial de Kebischi advierte que ha detenido al bandido Tajomaru, quien se declara culpable del homicidio. La versión que da la mujer es distinta. Ella señala que, luego de haber sido ultrajada, le propuso a su marido que, lo más digno es que ambos murieran. Ella cogió el cuchillo y mató a Takehito y, al intentar matarse, no pudo.

Finalmente, la víctima, Takehito, tiene otra versión: A través de una médium dice que su mujer, luego de haber sido violada, le pidió a Tajomaru que matara a su marido que si quedaba vivo no podría vivir con él. Fue una reacción tan desconcertante que Takehito prefirió matarse.

Como se aprecia, cada uno da una versión distinta de los hechos acontecidos. El código de honor está de por medio. Para Tajomaru, el bandido, es un honor haber vencido a un samurái, el marido de la joven mujer a la que viola. En la versión de la mujer, el honor de ella, y su marido han quedado mancillados, por lo que le sugiere que ambos se maten. Ella matará al marido, pero cuando iba a matarse, no tiene la decisión suficiente para hacerlo. En la última versión, el difunto cuenta que se mató. La víctima, luego de haber oído que su propia mujer le deseaba la muerte, se suicidó.

### 5.5. La versión fílmica: “Rashomon” de Akira Kurosawa

Sobre la adaptación del relato literario a la versión fílmica de Akira Kurosawa debemos destacar algunos aspectos:

1. Kurosawa tenía el reto de adaptar al cine un relato extraordinario y debía mantener el sentido dramático y conmovedor de la obra. Un relato que maneja la técnica narrativa porque en reemplazo del narrador omnisciente, convencional, presenta una relación de testimonios. Será el lector quien establezca las relaciones y vínculos para ir armando la trama que se le propone. El narrador, además, es detallado e incide en los momentos de mayor intensidad dramática. Nos deja claro que es propósito del narrador presentar varias versiones: la del bandolero que se auto inculpa como el asesino; la de la mujer de Takehito; y finalmente, la de Takehito, que estando muerto hablará a través de una médium. El relato, aparte de los recursos narrativos, deja en libertad al lector para que saque sus conclusiones y haga sus reflexiones.
2. ¿Cómo articula el texto Kurosawa? ¿Cuál es la línea de su tratamiento fílmico? Kurosawa opta por mantener el sentido primordial del texto literario. Es decir, que ha habido un extraño homicidio que se debe desentrañar. Sabe que las versiones ofrecidas en el relato son distintas, especialmente en la designación del homicida. En el filme se ofrecen también diferentes versiones: la de Tajomaru (el bandolero), la de Masago (la mujer de Takehito), y la de la víctima a través de una mujer que finge la voz para dar a entender que es una médium y que quien habla es el mismo Takehito.
3. Una variante en el tratamiento se produce porque reemplaza aquello de “Testimonio de...” por un conjunto de aldeanos que empiezan a rememorar el incidente que les ha conmovido. Los aldeanos representan la conciencia colectiva. Y es que no se trata de un simple relato. Es un incidente que ha conmovido la conciencia de la colectividad. Eso es lo que ha incorporado Kurosawa.

4. En el tratamiento de las secuencias hay un ir y venir constante entre el escenario de los aldeanos que rememoran los hechos y el escenario del bosque en el que realmente aconteció el incidente. Una combinación que hace que el espectador se mantenga pendiente de lo que se cuenta, una sintaxis que se complementa con la noción dramática.
5. El ambiente en el que están los aldeanos es también de gran significación porque no están en una aldea abierta en la que se identifiquen otras casas u otras personas. Los aldeanos están como encerrados en ese “espacio” que parece no ser parte del mundo, aunque lo sea. Llueve intensamente y en todo el tiempo que cuentan la historia del homicidio no deja de llover. Y ese espacio es una metáfora, es un lugar indeterminado que les lleva, con cierta frecuencia, a meditaciones sobre la vida y los dilemas éticos.
6. Mención aparte merece el tratamiento de los puntos de mayor intensidad dramática. Destacan la actuación, las acciones y la disposición escénica que hacen que el espectador se mantenga atento al desarrollo de la historia. Si el relato es dramático, no deja de serlo cuando se realiza la adaptación fílmica. En tal sentido, la actuación de la mujer era decisiva porque debe transmitir la situación de una persona violada por el bandolero (situación, incluso, que queda en la ambigüedad porque la mano de rechazo cambia a la de resignación e incluso de cariño). El gesto sorprende, pero ella debe comunicar esa ira hacia su propio marido que, sorprendido, terminará repudiándola.
7. Otro elemento que se incorpora en la versión fílmica es la presencia de un bebé cerca de donde ellos están. Alguien ha abandonado a ese niño. Las reacciones son diferentes. Hablan de la importancia de confiar en los otros. Si no se confiara, el mundo sería un caos y quizá no sobreviviéramos.

## 6. Conclusiones

De las reflexiones realizadas sobre la narratividad fílmica y de los procesos de adaptación de obras literarias a obras fílmicas podemos establecer algunas conclusiones:

1. El mensaje fílmico considera subsistemas como el código verbal, la actuación, la puesta en escena, el movimiento de cámara, la composición del encuadre, el sonido, la escenografía, etc. Los subsistemas se imbrican, mientras que en el mensaje literario sólo se utiliza el sistema verbal, unívoco.
2. La adaptación de la narrativa literaria a la narrativa fílmica generalmente mantiene el sentido fundamental de la obra literaria, aunque no siempre se consigue la misma calidad de realización estético-expresiva final. Algunos elementos narrativos, pertenecientes al mundo subjetivo, pueden no haber sido adaptados con la misma fuerza expresiva en el filme. Se deberá considerar, sin embargo, que la obra fílmica somete el argumento a un proceso de reelaboración, adecuando la historia a los recursos y particularidades de su narratividad.
3. En la adaptación que realiza “Maruja en el infierno”, se deja a un lado varias secuencias narrativas propuestas por la obra literaria. La versión fílmica modifica la versión argumental literaria y hasta propone un filme diferente. El final feliz del filme, de la pareja que encuentra el amor y la fortuna, difiere del final de la novela en tanto que, en esta última, Maruja termina en situación casi de abandono.
4. En el caso del relato “En el bosque”, de Akutagawa, Kurosawa emprende el reto de hacer un relato narrativo fílmico que, sin abandonar el sentido del relato literario, permita la apreciación de la complejidad de la condición humana. Kurosawa ha procedido a la inserción no de informantes-testigos, sino aldeanos que se han reunido en un extraño lugar. Con habilidad, logra

que los aldeanos sean narradores, pero hace “saltos espaciales” constantes hacia la observación del escenario del crimen. De modo que la historia se mantiene, pero con esos cambios de escena se dinamiza el filme.

5. Kurosawa transmite la relatividad de la verdad en los narradores. Pero, Kurosawa va más allá en el tratamiento del relato. Incorpora secuencias que le permiten cuestionar lo que se puede entender por egoísmo de las personas y la confianza en el otro, elemento fundamental cuando se trata de la convivencia. Se entiende que, sin confianza, nunca podría sobrevivir la civilización. La obra que realiza Kurosawa es una demostración que las adaptaciones pueden ser creativas aun manteniendo el sentido del relato literario.

## Referencias

- AUMONT, J. (1993). *Estética del cine*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- BEDOYA, R. (2017). “Maruja en el infierno, basada en Congrains”. Blog: [paginasdelidiariodesatan.blogspot.pe](http://paginasdelidiariodesatan.blogspot.pe). Escrito en 2009/07/maruja-en-el-infierno-basada-en.html. Rescatado: 10 de julio de 2017.
- BLANCO, D. “Textoliterario/textofilmico” [http://fresno.ulima.edu.pe/sf%5csf\\_bdfde.nsf/imágenes/D27BEFB811ED157A05256E5500588E52/\\$file/01-lienzo20-blanco.pdf](http://fresno.ulima.edu.pe/sf%5csf_bdfde.nsf/imágenes/D27BEFB811ED157A05256E5500588E52/$file/01-lienzo20-blanco.pdf). Rescatado: 20 de junio de 2017, pág. 16.
- GARCÍA, J. (1993). *Narrativa audiovisual*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- LOTMAN, Y. (1979). *Estética y semiótica del cine*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- PASTOR, S. (1996). *Cine y literatura*. Alicante: Ediciones de la Universidad de Alicante.
- SALINAS, P. (2016). *La representación de la migración en cuatro películas peruanas de los ochenta*. Disponible en: [https://ruor.uotawa.ca/bistream/10393/24054/1/Salinas\\_Martinez\\_Pablo\\_Manuel\\_2013thesis.pdf](https://ruor.uotawa.ca/bistream/10393/24054/1/Salinas_Martinez_Pablo_Manuel_2013thesis.pdf). Recuperado el 12 de diciembre de 2016.
- SEGER, L. (1993). *El arte de la adaptación*. Madrid: Ediciones Rialt.

- SEGER, L. (1991). *Cómo convertir un buen guion en un guion excelente*. Barcelona Ediciones Rialt.
- SULBARÁN, E. (2017). *El análisis del filme: entre la semiótica del relato y la narrativa filmica*. / <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2474953.pdf>. Recuperado el 20 de junio de 2017.

## CAPÍTULO 6

# EL DOCUMENTAL COMO INSTRUMENTO DE INTEGRACIÓN Y COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO EN LATINOAMÉRICA

LUIS MIGUEL BUENO SÁNCHEZ, ASBEL GUZMÁN CORONA,  
JOSÉ ROBERTO LEVY ÁLVAREZ

### **1. Introducción**

Este texto pretende compartir con los lectores las experiencias destacadas que como realizadores y productores de documentales hemos tenido y en las que creemos se reflejan aspectos de integración: de recursos, de instituciones, de voluntades, que contribuyen al desarrollo cultural de nuestros países latinoamericanos.

Pero antes de relatarlas vamos a plantear algunas consideraciones relacionadas con el género documental, tanto en su tratamiento cinematográfico como televisivo, así como su relevancia para la televisión latinoamericana.

### **2. Sobre el documental como género cinematográfico**

El documental como género cinematográfico está tomando auge en México. En el pasado Festival Internacional de Cine de Guadalajara (2016) el premio a la

mejor película mexicana fue para un documental y no para una ficción (*La libertad del Diablo*, de Everardo González). En la última entrega del *Ariel*, la mejor dirección fue para la realizadora Tatiana Hueso por su documental *Tempestad*. En otros países también están ganando premios los documentalistas mexicanos. Sin embargo, fuera de festivales, cuando se trata de distribución en salas, este género apenas tiene cabida en la Cineteca Nacional y en espacios universitarios y culturales. Después, habrá que esperar para adquirirlo en DVD, Bluray o en pocos sitios de cine a la carta.

Este texto no recoge estudios estadísticos sobre cuánta producción propia o programación ajena, en este género, existe en las televisoras regional o nacionales de cada país, pero sabemos que el documental para televisión, hecho en Iberoamérica por iberoamericanos, tiene nichos importantes en estas emisoras, no así en la TV internacional de paga.

A partir de la primera promoción de la Maestría en Comunicación e Industrias Audiovisuales en el Espacio Iberoamericano, ofrecida en 1996 por la Universidad Internacional de Andalucía, se hizo énfasis en la importancia del documental para televisión, debido a que las incipientes empresas de TV vía satélite, como SKY, DirectTV o Canal Satélite, necesitarían de nuevos canales para llenar la amplísima capacidad de oferta de esta plataforma tecnológica. Nuestros profesores, muchos de ellos programadores de canales, nos hicieron ver la gran oportunidad que ello representaba y nos motivaron para generar proyectos de producción en nuestros países, con buenas posibilidades de ser acogidos por empresas españolas. Así que el documental cinematográfico unitario, que parecía estar restringido a las salas semivacías de los festivales y a la valoración del jurado, quedaba fuera de nuestro espectro.

Desde los años 70 América Latina ha sido famosa, entre otras cosas, por sus telenovelas. El melodrama televisivo ha resultado ser una suerte de identificación cultural de los habitantes de nuestros países, porque refleja la realidad, si no social, sí de lo que acontece en las familias, y hace énfasis en historias de amor y desamor. Al menos eso pensaban los dueños de los canales. “Nosotros hacemos

televisión para los jodidos”, decía Emilio Azcárraga Milmo, propietario de Televisa, en México. La opinión pública en redes sociales e incluso analistas políticos atribuyen gran parte del triunfo electoral del actual Presidente de México al hecho de que contrajo matrimonio con una famosa actriz de telenovelas, justo en tiempos de precampaña.

En cuanto al sector académico, el colombiano Omar Rincón recoge la opinión de varios de sus colegas latinoamericanos sobre este tema: Inmacolata Vasallo, de la Universidad de Sao Paulo, afirmó que la telenovela brasileña es un nuevo espacio público de debate y que por allí pasan las representaciones nacionales. Guillermo Orozco, de la Universidad de Guadalajara, mostró cómo en México dominan el rating los noticieros sensacionalistas de TVAzteca y los magazines de chismes de Televisa. Valerio Fuenzalida, de la Universidad Católica de Chile, enfatizó que si la telenovela tiene éxito es por los modelos de identificación que genera en los televidentes; nos reconocemos, luego nos vemos. La argentina Nora Mazzotti indicó que las telenovelas mexicanas elevan a virtud el sufrimiento y bajan sobre las esencias morales (Rincón, 2005).

Por otra parte, si nos apoyamos en los conceptos cinematográficos de tres reconocidos realizadores podemos aproximarnos a la definición de documental: es un género fascinado con los hechos reales y comprometido con los conflictos sociales y la condición humana que, con un tratamiento creativo, construye una ficción usando documentos extraídos directamente de la realidad (Ibáñez, 2010; Rabiger, 2001; Soler, 1998).

Asimismo, nos parece interesante la opinión que tiene el cineasta chileno Ignacio Agüero acerca del género documental:

*Cada documental es como la semilla de muchas ficciones. Lo que pasa es que el documental es muy fascinante como ejercicio de creación y uno de los aspectos fascinantes es que no se tiene el control total como se tiene en la ficción. Se tiene una parte del control y la otra parte es desconocida, impredecible y azarosa. En la ficción se da una relación de dominación. En el documental se da una relación*

*de seducción. Cuando miras por la cámara en la ficción estás evaluando si está bien o está mal. En el documental estás sorprendiéndote ante lo que ves, porque no has dicho 'acción'. La acción venía de antes (Olavarría, 2017).*

Estos conceptos no siempre aplican al documental que está hecho pensando en la programación de televisión internacional, donde los temas tienden a ser frívolos, o con énfasis en lo extraordinario, lo asombroso, lo espectacular, las maravillas del reino animal, la tecnología, la ciencia o los personajes famosos de la historia; por eso, en *NatGeo* o *Discovery Channel* difícilmente será programada una serie sobre movimientos sociales en Iberoamérica, o sobre la condición humana de personas no famosas, y que no tengan una enfermedad rara o fetiches extremos.

El documental de cine suele abordar temas duros, siguiendo una narrativa con estructura dramática propia de la novela y la ficción, con recursos estéticos, retóricos y poéticos que nunca veremos en el reportaje y rara vez en el documental para televisión. La industria televisiva pide formatos muy específicos que permitan cortes publicitarios, con una persistente y reiterativa narración con voz en off y hasta con conductor a cuadro. De ahí la importancia de las series documentales para la televisión hechas por iberoamericanos para Iberoamérica y que, además, retomen lo mejor del estilo cinematográfico.

Consideramos que la TV es un medio de mayor acceso que un festival y que el documental es una puerta al entretenimiento reflexivo sobre realidades humanas y sociales, recogidas directamente de la realidad y con un impacto garantizado al verse reflejados los espectadores en los personajes, que tienen muchas similitudes con ellos.

Si bien hay elementos de la condición humana que son universales y que pueden cautivar a cualquier habitante del planeta, hay temas que pueden resultar más cercanos por la identificación cultural. Pensamos que en el espectador mexicano no provocará el mismo impacto una serie realizada por Al Jazeera sobre la cosmovisión árabe en medio oriente que una serie colombiana sobre temas de las

culturas caribeña y cafetera de ese país hermano, porque además de la lengua castellana, compartimos gustos musicales, alegrías y penas parecidas.

Debemos considerar que hay temáticas recurrentes y comunes en el documental para televisión en los canales regionales y nacionales de los países iberoamericanos, y una de ellas es la cultura popular: fiestas religiosas, usos y costumbres, personajes pintorescos, comida, música, bailes, lugares para visitar. Estos temas están libres de incomodidades políticas para los gobiernos provinciales y nacionales que administran a estas emisoras. Los problemas sociales tienen espacio en los noticieros o a través de reportajes en la programación periodística, con su respectiva autocensura.

En la TV norteamericana de paga es poco frecuente la programación de series documentales latinoamericanas en sus canales para América Latina. Esporádicamente abordan temas relacionados con nuestras regiones, y casi siempre son realizados por directores y productoras anglosajones. Por eso pensamos que deben continuar los esfuerzos regionales por hacer documental para sus propios canales, pensados para un público cercano. Sin embargo, se debe trascender la mirada autocomplaciente de quien presume la belleza de sus lugares o de sus costumbres más representativas. Se debe encontrar el justo medio entre el punto de vista del foráneo (al que casi todo le parece exótico) y el del local (a quien todo le parece lindo).

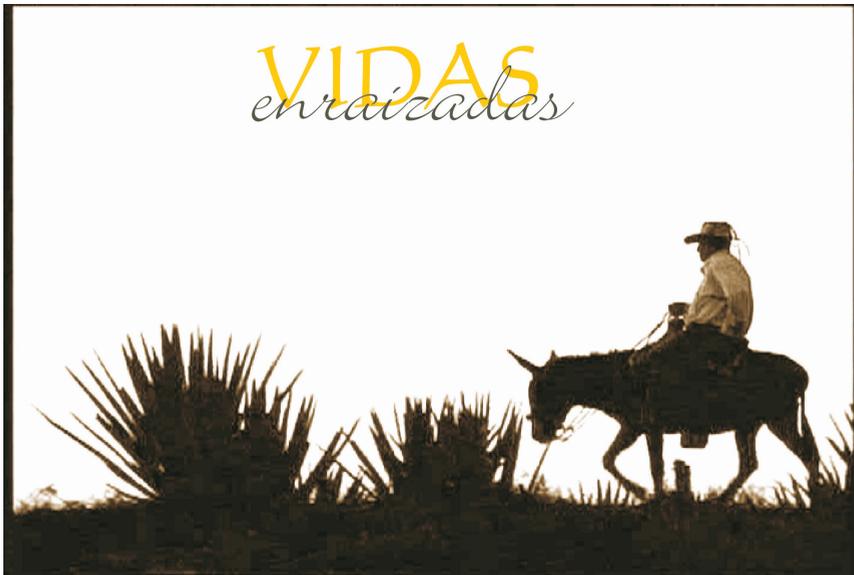
Experiencias ejemplares, a nivel latinoamericano son las de TAL, TeleSur y DocTV Latinoamérica. Este último “es un programa de fomento a la producción y difusión del documental latinoamericano, perteneciente a la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica CAACI, quienes promueven la VI edición de un concurso de selección de proyectos de documentales para televisión”. Son 17 los países participantes en esta convocatoria que “aporta los recursos necesarios para la completa producción del proyecto documental y garantiza tantas ventanas de exhibición de los contenidos ganadores como televisoras adheridas en los 17 países integrantes”. (DocTVLatinoamérica, 2017).

Con este punto de partida, fortalecido durante nuestra formación en el Máster cursado en la UNIA-Sede Iberoamericana de La Rábida, describiremos a continuación dos experiencias de producción de video documental que son ejemplos del tema que nos ocupa. Una de ellas es acerca de cómo realizar una serie para televisión mediante una red de colaboración internacional y que aborda temáticas vinculadas al desarrollo humano, social y cultural de nuestra región. La segunda experiencia, centra su objetivo en el fenómeno de la migración hacia Estados Unidos de personas originarias del estado mexicano de Michoacán.

### 3. Sobre las experiencias de producción de video documental

#### 3.1. Serie *Vidas Enraizadas*

Figura 1. Imagen de la serie *Vidas Enraizadas*.



*Autoría: José Roberto Levy Álvarez.*

En 1995 Roberto Levy era subdirector en la productora de radio de la Universidad de Colima, en el occidente de México. En esa misma institución era profesor de cine y televisión y, además, dirigía un programa en el canal local, un magazine que trataba temas de cultura popular. En esa época pensó hacer una serie grabada en varias regiones de México, con documentales que abordaran historias de vida y de familias en pueblos pequeños. No llegó a realizarse ya que en el año 96 recibió una beca para estudiar un posgrado en una universidad española muy peculiar: en tan solo dos meses, y en reclusión académica, cursaría una Maestría sobre Industrias Audiovisuales. Era la primera promoción. En la Universidad Internacional de Andalucía, sede Iberoamericana de la Rábida, tuvo por compañeros a productores de televisión, gerentes de canales regionales, profesores universitarios y trabajadores independientes de España, México y Sudamérica. A ellos contó su idea, que fue bien recibida. Los siguientes meses y todo el año 97 los dedicó a hacer su monografía. Ese mismo año se efectuó la segunda promoción del posgrado en comunicación en la UNIA-La Rábida, que cursó Luis Bueno (también profesor de la Universidad de Colima) quien junto con sus compañeros y alentados por algunos de sus profesores crearon la *RÁVIDA (Red Audiovisual Iberoamericana de Alumnos)*, con la que los egresados de este Máster pretendían hacer trabajos académicos y audiovisuales con temas iberoamericanos.

A inicios de 1998, Roberto Levy empezó a diseñar el proyecto para una serie de documentales de televisión, de 13 episodios, que sería grabada en varios países, aprovechando la buena disposición de sus compañeros de la maestría y de los colegas de las siguientes dos promociones. Los temas a tratar tendrían que ver con la cultura popular de cada sitio, más con lineamientos antropológicos que con pretensiones de crítica social o política, narrado desde la óptica de las historias de vida y de familia.

Con esta idea, la *Red Rávida* tenía en puerta un proyecto con exalumnos de tres promociones. Justo cuando estaba por terminar la tercera edición del posgrado, Roberto Levy viajó a Huelva para grabar a una familia aficionada al canto flamenco y que hacía la peregrinación desde su pueblo, Moguer, a la aldea del Rocío. Al regresar a México hizo grabaciones con una familia del pueblo de

Comala, quienes también acostumbraban caminar para visitar a otra imagen de la virgen. Así surgieron dos documentales con temática religiosa y de historia de familia, que ayudarían a promover el proyecto de la serie ante las autoridades de la Universidad de Colima. En esta etapa fue fundamental la colaboración de Luis Bueno, egresado de la segunda promoción y compañero de trabajo en la propia Universidad de Colima.

Un paso importante fue definir la red de colaboración, que quedó conformada una vez que se recibió la respuesta afirmativa de los compañeros de la red y de sus respectivos jefes en los canales regionales y productoras universitarias de video y televisión donde ellos laboraban. Tendrían los derechos de transmisión de la serie a cambio de alojamiento, alimentación, transportación terrestre y honorarios del equipo de producción (excepto del director de la serie). La Universidad de Colima se haría cargo de los honorarios y la transportación aérea del director, los videocassettes y toda la postproducción.

Las entidades coproductoras quedaron integradas de la siguiente manera (mencionamos a quienes fueron alumnos del Máster en la Rábida):

- *Productora Wuayruro*, Jujuy, Argentina. Producción: Ariel Ogando y Carina Borgogno, de un curso previo a la primera promoción.
- *TV FAMECOS-PUCRS*, Porto Alegre, Brasil. Productor y co-director: Joao Guilherme Barone, de la primera promoción.
- *Telecaribe*, Colombia. Productor: Luis Alfonso Molina, de la segunda promoción.
- *Telecafé*, Colombia. Productor: Doménico Restrepo, de la primera promoción.
- *SAUIB UNIA*. Huelva, España. Productor: Enrique Martínez López. Profesor de todas las promociones.

LUIS MIGUEL BUENO SÁNCHEZ, ASBEL GUZMÁN CORONA, JOSÉ ROBERTO LEVY ÁLVAREZ

- *Facultad de Letras y Comunicación, Universidad de Colima*, México. Director y Coordinador de la serie y productor en Bahía, Brasil: José Roberto Levy. Gerente de Producción: Luis Miguel Bueno. Primera y segunda promociones respectivamente.
- *TV UNSA*, Arequipa, Perú. Mabel Cáceres, de la tercera promoción.
- *Televisora Regional del Táchira*, Venezuela. Producción de José Avendaño y Jaqueline Sánchez Carrero, de la primera y tercera promociones.
- *Maurizio Liberatoscioli*, productor independiente de Barquisimeto, Venezuela, segunda promoción.

Con esta red de colaboradores se inició la preproducción, vía correo electrónico. Lo primero era localizar familias con oficios tradicionales que vivieran en poblados pequeños y con una serie de características a cumplir: personajes con liderazgo y carisma, facilidad de palabra, historias de vida entrañables, portadores de sabiduría y filosofía propias.

Los temas a tratar, tanto de forma verbal como visual: el trabajo, la relación de pareja, los hijos, la religión, las creencias, los miedos, las alegrías, la fiesta y la música. La idea de la serie era armar episodios por temas y que en cada uno aparecieran personajes de dos o más países.

Las familias, de acuerdo a sus oficios, fueron las siguientes:

- Profesores y cooperativistas de la Quebrada de Huamahuaca y la Puna, Jujuy, Argentina.
- Pescadores de Bahía, Brasil.
- Criador de caballos, de Belén Viejo, Rio Grande do Sul, Brasil.

- Cafeteros de El Quindío, Colombia.
- Músicos flamencos, de Huelva, España.
- Músicos vallenatos, de La Guajira, Colombia.
- Labradores de cantera en Arequipa, Perú.
- Restauranteros y zapateros de Comala, México.
- Jimadores de agave y fabricantes de mezcal, de Jalisco, México.
- Restauranteros y cooperativistas de la sierra de Arequipa, Perú.
- Hoteleros y restauranteros del Táchira, Venezuela.
- Cuentacuentos del Estado Lara, Venezuela.

Las grabaciones en Sudamérica iniciaron en diciembre de 1998 y terminaron en mayo de 1999. Buena parte de los registros en México y España ya estaban hechos desde marzo del 98. La dinámica de las grabaciones fue la siguiente: Roberto Levy viajó solo, por aire, con su propio equipo de grabación en una mochila: una cámara pequeña, de formato mini DV, con trípode, micrófono de solapa, estabilizador y una lámpara. En cada sitio era recibido por el productor local, a quien ya conocía bien, y era presentado con el resto del equipo de trabajo. Se hacía una reunión para establecer el cronograma y se trasladaban al poblado donde se grabaría. En algunos casos, como en Porto Alegre, el equipo fue de 8 personas, y en otros como en Bahía, Roberto estuvo solo. En la mayoría de los sitios el grupo fue de dos o tres personas. Los productores de la red ya conocían a los personajes porque en años anteriores habían realizado algún reportaje sobre ellos o porque los visitaron durante la etapa de investigación. Los productores hacían las preguntas o fungían como detonadores de charlas en las sesiones grabadas. En cada sitio las grabaciones se llevaron de 7 a 15 días.

*Vidas Enraizadas* es una serie de 13 capítulos de 24 minutos cada uno, con bloques establecidos para hacer cortes. Hay un capítulo sobre la muerte, otro sobre el matrimonio y los solterones, uno más sobre la experiencia de dos pueblos muy bien organizados, uno está dedicado a las dos familias de músicos, otro a los campesinos de la serie, otro a los niños y a los viejos. Tiene muy poca voz en off, con intervenciones en primera persona del director: “Nunca sentí tanto frío como en Tuti”, “He escuchado a mucha gente que habla de sus muertos”, “A este señor le pregunté su nombre y me respondió contándome la historia de su pueblo”. El estilo está influenciado por el documental cinematográfico y el de televisión. Es una serie en la que los personajes cuentan, conversan, reflexionan, recuerdan y hablan. Esto la convierte en un documento que los lingüistas podrían encontrar de interés. Pero también es muy visual: los paisajes, el trabajo, las fiestas, la arquitectura, enriquecen la imagen.

La serie fue emitida por los canales coproductores y, además, el Canal 2 de Andalucía compró los derechos de transmisión. Teledellín, en Colombia emitió la serie a cambio de los gastos de producción de un documental de otra serie que se inició en 2003; su gerente, Berta Lucía Gutiérrez, también fue profesora del posgrado en Comunicación de la UNIA. Además, el Sistema Michoacano de Radio y Televisión en México la tuvo en su programación, ya que Asbel Guzmán –exalumna de la segunda promoción– fungió como productora de otro episodio de la siguiente serie.

*Vidas Enraizadas* fue ofrecida en España al *Canal Odisea* de Canal Plus y a *La 2* de Televisión Española. En ambos casos los encargados de adquisiciones pusieron como objeción el tratamiento “localista” y el exceso de intervenciones verbales de personajes que hablan un español que difícilmente entendería su audiencia (acostumbrada al acento castellano de España).

Luego de su estreno oficial en la Universidad de Colima el 18 de septiembre del año 2000, la serie también fue presentada en salas universitarias en Porto Alegre, Brasil; Montevideo, Uruguay; Buenos Aires, Argentina; Santiago de Chile; Santa Cruz de la Sierra, Bolivia y Medellín, Colombia; siempre con la colaboración de exalumnos de la Maestría en Comunicación de la UNIA.

Algunos episodios fueron elegidos para festivales y muestras en Pamplona y Jaén (España), Lyon (Francia), Berlín (Alemania), Caracas (Venezuela) y varios sitios de México.

Por el año de producción, por la tecnología usada, por el formato 4:3 y la resolución digital 720x480 se podría decir que la serie es “viejita”, sin embargo, creemos que los contenidos están vigentes (aunque la mayoría de los personajes ya murió). El siguiente paso será subirla a la red libre.

### **3.2. Otros documentales e intentos de trabajo en red**

*Maestras de la Puna.* Las grabaciones se hicieron en 1997, en el altiplano jujeño, en Argentina. Fue una coproducción de la Fundación Wuayruro y el Servicio Audiovisual Universitario Iberoamericano de la Universidad Internacional de Andalucía.

*Puerta de Culturas,* un magazine iberoamericano del que se hizo el programa piloto, con la colaboración de universidades de México, Colombia y Argentina, coordinada desde el Servicio Audiovisual Iberoamericano de la UNIA.

*Urubichá, tierra de músicos y artesanos,* grabado en Guarayos, Santa Cruz, Bolivia, en 2003. La producción fue de Claudia Barboza, de la promoción 2001.

*Ritual de Vida,* grabado en Medellín, Colombia. Telemédellín pagó gastos de producción a cambio de los derechos de transmisión de Vidas Enraizadas. Su directora era Bertha Lucía Gutiérrez, profesora de la UNIA.

*Tejedoras de Vida* (Guatemala y México). Producción de Rolando Duarte, exbecario del SAUIB 1999 y de Asbel Guzmán, alumna de la generación 1997.

*Galápagos, futuro sostenible* (Ecuador). Realización: UNIA y Universidad de Colima. Dirigido por Enrique Martínez y Roberto Levy.

### **3.3. Series sobre Migrantes**

Una mirada hacia la migración implica enfrentarse a un fenómeno complejo, controvertido y a veces desgarrador. Sus diferentes caras, las distintas razones que impulsan a las personas a dejar su lugar de origen y a descubrir una realidad que desconocen, de la que en ocasiones sólo se tiene referencia a partir de los relatos de quienes ya han vivido la experiencia de emigrar. Este movimiento constante de los seres humanos, en el caminar continuo, que no es ajeno al peligro, que no desecha la muerte en el intento, que cuestiona nuestra razón de existir y en la que igualmente se busca la razón de ser, pero bajo otro entorno, en otras condiciones, con la ilusión de lograr la meta trazada, con la esperanza disfrazada de necesidad de cambio.

La migración, al igual que la sociedad, siempre se encuentra en proceso de cambio, y bajo el contexto globalizador hoy vemos las fronteras transformadas a raíz de los procesos de integración económica, formalizados a través de acuerdos comerciales, por ejemplo, el Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá en 1994; la conformación de la Unión Europea, que tiene como antecedente a la Comunidad Económica Europea creada en 1957; la Asociación Southeast Asian Nations y El Mercado Común del Sur (Mercosur), acuerdo firmado en 1991, por mencionar sólo algunos.

Si bien estas alianzas entre los países buscan atender principalmente la parte comercial, también han considerado ciertos procesos que han permitido la apertura hacia el mercado de trabajo facilitando el flujo migratorio de forma regulada, tal es el caso de Europa en el que según los expertos se han logrado acuerdos que potencializan el capital humano.

En lo que respecta a México, más de 3 mil kilómetros de frontera nos unen con los Estados Unidos de América. Según datos de la Secretaría de Relaciones Exteriores de México, por este espacio diariamente cruzan cerca de un millón de personas y circulan mil millones de dólares. Aquí los gobiernos también generan proyectos binacionales para el uso y desarrollo de infraestructura ambiental,

LUIS MIGUEL BUENO SÁNCHEZ, ASBEL GUZMÁN CORONA, JOSÉ ROBERTO LEVY ÁLVAREZ

así como proyectos de mercado de trabajo distribuidos en seis estados de la república con los que se colinda y que generan el 21 por ciento de su Producto Interno Bruto. El intercambio cultural y educativo es innegable y contrasta con usos y costumbres del resto de México. Tristemente esta impactante dinámica social es ensombrecida por la migración indocumentada hacia Estados Unidos, que se encuentra matizada por la tensión, la dependencia, el tráfico de personas y, por supuesto, el narcotráfico.

**Figura 2. Nota de prensa de la serie sobre Migrantes.**



*Autoría: Federación de Clubes Michoacanos en Illinois.*

El antecedente de la estancia de mexicanos en ese país data de 1845 con la anexión de Texas, una región poco poblada de México donde habitaban más de 30 mil estadounidenses en contraste con alrededor de 7 mil mexicanos. La guerra entre México y Estados Unidos convirtió a los residentes mexicanos de aquel lugar en inmigrantes involuntarios. El mismo futuro deparó a los pobladores de

la Alta California y Nuevo México a la pérdida del territorio. Se estima en 60 mil el número de mexicanos que se quedaron varados en medio del conflicto entre ambos países.

Ahora bien, la migración de mexicanos hacia el norte, inicia como fenómeno casi al término del siglo XIX; la industrialización trae consigo al ferrocarril, un proyecto binacional que genera demanda laboral con un constante flujo migratorio entre ambos países; se requiere de experiencia y mano de obra barata para la explotación de las minas y la atención de los grandes establecimientos agrícolas. Pero no sólo el trabajo condiciona el desplazamiento de los mexicanos hacia el norte, lo hace también la revolución de 1910 en México que trae consigo incertidumbre y una crisis social y económica que contrasta con la creciente demanda laboral a raíz de la incursión de Estados Unidos en la Primera Guerra Mundial. Para entonces, alrededor del 7.5 % de la población nacida en México residía en Estados Unidos.

De 1942 a 1964, con el Programa Bracero, que era un programa de trabajo temporal derivado de un acuerdo bilateral, la población mexicana superaba los 4 millones de trabajadores en ese país; en contraste, en esa misma época, más de 5 millones son detenidos y deportados por las autoridades migratorias estadounidenses. Hoy existen aproximadamente 34 millones de personas de origen mexicano en California, Texas y Chicago. Según informes del *Migration Policy Institute*, solamente en California residen alrededor de 4.3 millones de personas de origen mexicano, lo cual representa casi el 40% de la población total de ese estado.

El Medio Oeste norteamericano es la segunda región con más concentración de inmigrantes mexicanos, la mayoría procedentes del estado de Michoacán que al igual que los estados de Guanajuato, Estado de México, Zacatecas y Jalisco tienen como parte de la tradición el emigrar. Las redes familiares y el vínculo con quienes van y vienen data de varias generaciones. A decir de la Dra. Elena Rivera, coordinadora del *Centro Nicolaita de Estudios Migratorios*, según estimaciones, uno de cada dos michoacanos vive en Estados Unidos, es decir, cerca de 4 millones de personas se encuentran en ese país trabajando en el campo, los servicios

y la construcción (SSA/UB/CE, 2007). Bajo este panorama se puede decir que Michoacán es un estado binacional, con dependencia importante de las remesas que envían los familiares y con una influencia cultural que ha impactado en los hábitos, los usos, la salud, los roles sociales de hombres y mujeres, la imagen arquitectónica; en general la migración ha transformado comunidades enteras y su influencia se resiente sobre todo en las poblaciones donde se concentran los pueblos originarios: purépechas, mazahuas y otomíes. En Michoacán la población indígena es de aproximadamente 198 mil personas.

Pero ¿quién escribirá qué sucede con los de aquí y los de allá? Documentalistas, periodistas, cineastas, comunicadores jugamos un papel importante en la conformación de nuestra identidad. La ironía reside en que no se necesita a un intermediario que registre el video con su cámara profesional, porque ahora cualquier individuo con su dispositivo móvil se ha convertido en productor, camarógrafo y locutor de la “pélfcula” que con su personal estilo envía de forma inmediata al mundo entero.

¿Entonces seguimos asumiendo que en nosotros recae la responsabilidad de contar la historia que nos une con quienes emigraron? Consideramos que sí, porque el reportero, el videasta o el realizador trabaja desde la estética y la narrativa visual para conformar ideas y conceptos e influir sobre el destinatario. Pero no sólo eso, sino que dadas las características que definen los géneros, tanto el documental como el reportaje son utilizados para denunciar o evidenciar hechos y situaciones. El trabajo requiere de investigación, planeación, sensibilidad, creatividad, para hacer de las situaciones ordinarias sucesos singulares, dignos de captar la atención del público.

Si bien las nuevas tecnologías y el uso de multiplataformas permiten a los productores de contenidos una interacción con las audiencias y los usuarios de forma más directa, es responsabilidad también de los gobiernos y de la iniciativa privada el generar las condiciones para dar a conocer que más allá de las fronteras existe parte de nuestra historia, nuestra cultura y parte también de nuestro futuro. Este reconocimiento va encaminado a la implementación de políticas

públicas en donde los medios privados y públicos produzcan contenidos audiovisuales y radiofónicos considerando los espacios para la exposición de problemas y las inquietudes que tienen los migrantes; y aunque la Ley Federal de Radio y Televisión de México contempla en su Artículo 5º que *la radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana, y que se deberá contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana así como el fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales*, lo cierto es que en el ejercicio diario no se cumple cabalmente con el designio.

Por supuesto lo anterior no ha detenido las iniciativas de casas productoras, productores independientes o asociaciones, quienes más allá del interés comercial trabajan en contenidos audiovisuales en donde se aborda el fenómeno migratorio. Así mismo hay un destacado trabajo que se realiza en los festivales internacionales de cine y video documental, en donde se abre una puerta de participación a creadores locales ya sea con temprana o larga trayectoria.

Ahora bien ¿Qué desea exponer el documentalista en torno a este fenómeno? ¿Qué nos mueve a desplazarnos a los sitios de intersección y a escribir sobre ello? Tal vez el hecho de que encontramos historias de continua violación a los derechos humanos; a la necesidad inminente de denunciar los actos de corrupción de autoridades tanto en la frontera del sur como la del norte; el viacrucis que se vive en el camino hasta llegar a la frontera y después de ella; la búsqueda en la detonación de la conciencia colectiva para reconocer que la migración debería ser un acto voluntario y no necesariamente la única alternativa en la vida para miles de personas.

¿Y qué es lo que quieren ver los inmigrantes en los medios de comunicación? Aunque este tema requiere de un análisis más amplio sobre las preferencias de esta clase de audiencia, en la experiencia de Asbel Guzmán, los mexicanos radicados en Estados Unidos buscan revivir la esencia de sus costumbres y sus tradiciones. Hay un interés particular por las fiestas patronales, los procesos artesanales en la

comida y en la elaboración de artículos, en la música; pero sobre todo en el disfrute de una vida menos rígida, más dedicada a un placer que ahora parece ajeno.

Se dice que quienes emigran son los que no se “rajan” o no se doblegan ante la adversidad y saben adaptarse a las nuevas condiciones de vida. Este ha sido el caso para los habitantes de los barrios mexicanos en ciudades como Chicago, Las Vegas y Los Ángeles, en los que la comunidad michoacana participa activamente y de forma organizada en la conformación de grupos de ayuda comunitaria de esas localidades. Su activismo se ve también reflejado en el mejoramiento de la educación, el trabajo y la infraestructura de sus pueblos de origen. Ha sido la *Casa Michoacán en Chicago*, lugar donde confluyen no sólo michoacanos sino también inmigrantes de varias partes de Latinoamérica, quien ha apoyado iniciativas independientes para producción de reportajes y documentales en los que principalmente se abordan temas relacionados con la cultura y economía local, la participación social comunitaria y el activismo político.

Para Asbel Guzmán, la experiencia de participar con su productora en la generación de contenidos para la televisión dirigidos a inmigrantes mexicanos en la Unión Americana inició en el año 2006, cuando una de las empresas más importantes en Michoacán dedicada al envío de dinero desde Estados Unidos a México, autorizó como parte de su estrategia comercial, el patrocinio para la realización de una serie de reportajes sobre arte popular michoacano. La idea del proyecto era transmitir desde Michoacán, a través de un sistema de cable, historias de los pueblos, sus atractivos naturales, arquitectónicos, gastronomía e historia, pero sobre todo, conocer los procesos y técnicas de los artesanos michoacanos más importantes a nivel nacional que elaboran piezas de cobre martillado, una técnica sólo usada en México; arte sacro elaborado a base de pasta de caña; piezas únicas de barro cocido realizadas en zonas con población netamente indígena; máscaras labradas en madera utilizadas en bailes tradicionales, así como técnicas para tallado y pintado con tintes naturales en vasijas. La serie obtuvo reconocimiento nacional, pero sobre todo captó la atención de los mexicanos y michoacanos radicados en el exterior. Otro de los objetivos de la serie era promover el turismo de añoranza y propiciar que los migrantes vieran a Michoacán como destino turístico y reconocieran

el valor de sus lugares de origen. Cabe señalar que en aquella época no era extraño ver a migrantes michoacanos en retorno temporal que junto con sus hijos realizaban estancias regulares una o dos veces al año. Esta serie llamada *Manos Mágicas de Michoacán*, se sigue transmitiendo en varias partes del país a través de la *Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México A.C.*

Por otro lado, en 2015, cuando Asbel Guzmán fungió como directora del Sistema Michoacano de Radio y Televisión, se presentó la oportunidad de generar producciones que enlazaran a los michoacanos con los connacionales radicados en Chicago; por lo que llevó a cabo un proyecto para dar a conocer a través de una serie de reportajes, cómo es la vida de los michoacanos asentados en el barrio mexicano de Pilsen, sus actividades económicas, sus formas de convivencia, la participación comunitaria, su activismo político, así como sus manifestaciones artísticas.

Cabe resaltar que mientras se realizaba uno de los reportajes en Chicago, varios de los entrevistados buscaron mostrar la influencia cultural que tienen los artistas plásticos michoacanos residentes en el barrio. El muralismo es la técnica más utilizada. Este movimiento artístico creado por intelectuales tras la revolución mexicana, busca la manifestación del pensamiento radical magnificado tanto en el fondo como en la forma. Las grandes imágenes con una significativa carga ideológica aprovechan hasta el límite de la superficie para mostrar la visión de un pueblo reprimido, abusado y deseoso de abrirse a la lucha. El muralismo es para el inmigrante su reafirmación de ser y estar en un lugar que le es ajeno, pero al mismo tiempo es su hogar. Así, al caminar por la calle 16 en Chicago, el mensaje gráfico trasciende, pero también se inmortaliza cuando la cámara lo recoge y acompaña el testimonio de su autor.

*Más allá de la Frontera* fue el título utilizado para esta serie transmitida por la televisora regional de Michoacán y fue compartida también en la Red con la finalidad de poder difundirla en distintas partes del país. Este trabajo en su versión más larga obtuvo cuatro nominaciones en el Decimoséptimo Festival Pantalla de Cristal, un importante foro a nivel nacional: mejores valores de producción, mejor reportaje, mejor reportero y mejor sonorización.

Lo que hace años comenzó como un proyecto con fines comerciales en *Kodia Producción Multimedia*, hoy se ha transformado en proyectos de producción con un alcance más profundo, con objetivos concretos que coadyuven al beneficio social. Estos trabajos periodísticos han despertado el interés del actual Gobierno de Michoacán que, más sensible a atender parte de la problemática migratoria, es copatrocinador de un nuevo proyecto documental llamado *Historias de mi Tierra*. Esta serie de documentales aborda la participación que tienen las organizaciones de migrantes en Estados Unidos en programas que benefician a sus comunidades de origen, y ahí se destaca el papel que tiene la red familiar para que parte de las remesas que se envían sean utilizadas en el mejoramiento de la infraestructura urbana, la educación, la salud, los proyectos productivos. La serie también contempla temas como la repatriación, la migración indígena, las tradiciones y la promoción del arte y la cultura.

Valerio Fuensalida, investigador chileno experto en el tema de la televisión para el desarrollo, resalta la importancia de reconocer la existencia de grupos sociales quienes como parte de proyectos integrales en los que se incluye el trabajo con los medios masivos de comunicación, en este caso concreto la televisión, han logrado cambios importantes en la imagen que tienen sobre sí mismos. A través del uso de este medio se reconoce y legitima su existencia para romper con la tradicional omnipresencia del político o del hombre de poder, en donde la gente común y corriente no aparece y se minimizan sus aportaciones para el mejoramiento de la comunidad (Fuensalida, 1990).

Precisamente a partir de la experiencia de este académico hemos basado nuestros proyectos de reportajes y documentales utilizando como grupos focales a los migrantes de Michoacán. Con ellos hemos realizado trabajos que buscan hacer visible su actuación a nivel masivo, pero también influir en su autoestima al ser parte protagónica de cada uno de los capítulos que se producen. Les otorgamos tiempo para el relato personal, el de la comunidad o del proyecto emprendido, en donde el manifestar su entusiasmo por lograr la meta es tan importante como la nota que involucra al líder social.

Si bien existen distintas formas narrativas para desarrollar el género documental, desde las más tradicionales en las que el director es mero espectador de lo que sucede hasta las que experimentan con una mezcla de realidad y ficción, lo cierto es que la televisión para el desarrollo enfocada al fenómeno migratorio busca la identificación entre lo que sucede en la pantalla versus los hechos reales, con diversos géneros y formatos que lleven de manera más efectiva el mensaje concreto a través de personajes reales, que simpaticen y empaticen con un mundo que le puede ser ajeno pero con el que también pueden tener mucho en común.

El uso de estos personajes de la vida cotidiana que emigran o se quedan en el pueblo, de estas familias divididas o de los niños que emprenden el viaje, genera sentimientos de valoración, aprecio o apego; por ello ir más allá de la mera descripción de lo que sucede a través de las imágenes ha sido parte de la tarea de *Kodia*. Queremos potenciar el factor humano, relatar la vivencia y el esfuerzo, representar el entorno y evidenciar la lucha a través del desafío que representa la vida.

Y para ello nos hemos planteado los siguientes objetivos:

- Contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural de los michoacanos en el estado, el país y el extranjero.
- Dar a conocer los proyectos binacionales emprendidos por los migrantes y sus familias en sus lugares de origen.
- Contribuir al empoderamiento de las mujeres migrantes en retorno o esposas de migrantes a través de casos de éxito.
- Colaborar en el rescate de las expresiones artísticas de los pobladores a través de la difusión de la música, la danza, la artesanía y la tradición oral.
- Sensibilizar sobre el fenómeno migratorio contribuyendo a la no estigmatización de los migrantes deportados o en retorno voluntario.

- Orientar sobre los derechos de los migrantes indocumentados detenidos en frontera.
- Orientar sobre el proceso de retorno de niños migrantes.

Con estas iniciativas se pretende paulatinamente crear conciencia entre la población de Michoacán, de que además de los residentes en ese estado del occidente de México, también existe otro Michoacán en los Estados Unidos.

Es sumamente importante que los migrantes cuenten sus historias para que se conozcan mejor y para que cuiden y hagan respetar sus derechos, para que promuevan y preserven sus tradiciones, para que no se olviden y pierdan nuestras lenguas originarias; en suma, para procurar tener lo mejor de las dos naciones, pues el fenómeno nunca se va a detener.

#### **4. Sobre lo que queda por hacer**

El caso de *Vidas Enraizadas* es una experiencia claramente atípica de trabajo en red. Para que pudiera ocurrir, los colaboradores tuvimos que coincidir en un lugar como es la sede iberoamericana Santa María de la Rábida de la Universidad Internacional de Andalucía, lo que nos permitió conocer muchas propuestas e ideas en un entorno de internado académico que también facilitó las relaciones de amistad. Los directivos de universidades y canales regionales de televisión también creyeron en el proyecto y, con un diseño sencillo de coproducción, fue viable la realización de esta serie. Pero no siempre existirán esas condiciones y circunstancias, pues no es la manera más recomendada para trabajar. Lo que se acostumbra es acceder a fondos públicos, gestionar apoyos de fundaciones internacionales o buscar la *precompra* de empresas audiovisuales; acciones todas que generalmente están sometidas a concurso.

Nos parece que sería un desperdicio no aprovechar las redes ya existentes, como las asociaciones de televisoras regionales, o no reactivar otras, como la *Red*

*Rávida*, en la que confluyen tanto profesionales de la investigación académica como de la producción y la distribución.

Por otra parte, el fenómeno migratorio es un hecho de interés local, regional y nacional para los países que viven esta realidad. Pero lo cierto es que en México, fuera de lo que sucede en ciudades como Tijuana, donde el Colegio de la Frontera Norte produce la serie de televisión *Diálogos desde la Frontera*, espacio de análisis sobre el fenómeno migratorio, poco o casi nada se había hecho en los medios de comunicación por mostrar las distintas caras de la migración.

También, es de destacar en Estados Unidos la presencia de *Mexicanal*, frecuencia que forma parte de la oferta de televisión restringida en los estados con mayor concentración latina. Con una inteligente estrategia, este canal incluye reportajes, series y programas de entretenimiento que han sido recopilados por distintos canales locales de la república mexicana, además de producción propia.

Igualmente, se encuentra *A Lo Mero Mero TV*, plataforma de televisión a la carta hecha especialmente para el mismo público en Estados Unidos.

Ambas propuestas manejan fórmulas estudiadas para garantizar su presencia y éxito en el público latino, pero sirven además para diversificar la oferta de contenidos y dar opciones al televidente respecto a las cadenas latinas comerciales en los Estados Unidos, como *Telemundo* y *Univisión* principalmente.

En lo que refiere a México, es justo que además de las mórbidas noticias de secuestros masivos de migrantes que acaparan las redes sociales y los diversos medios electrónicos, se abran espacios permanentes para conocer qué hay detrás de nuestra frontera norte. Se trata de democratizar el acceso a la información y ejercer el derecho que los inmigrantes tienen de ser considerados como protagonistas de otras historias.

Para ello es importante crear más espacios de comunicación que den certeza a la información que se maneja pero que también sirvan como medios de

esparcimiento, en donde haya cabida para la añoranza y se trabaje en la reconstrucción de la identidad y de la dignidad de los mexicanos inmigrantes y de las nuevas generaciones nacidas en Estados Unidos. Espacios en los que contribuyan asociaciones civiles, universidades, iniciativa privada y gobierno, donde se abran nuevas oportunidades para desarrollar temáticas en las producciones documentales y experimentar sobre diferentes formas de expresión narrativa, adaptadas a los nuevos hábitos de consumo en diferentes dispositivos.

Fortalecer la identidad cultural del pueblo mexicano no es una tarea dirigida solamente a los migrantes, pero se puede comenzar por no negar que existe otro México tras la frontera norte y que su trabajo diario contribuye también a reafirmar la multiculturalidad de la nación mexicana.

Por lo vivido en ambas experiencias de producción y realización aquí presentadas, creemos que el video documental es un instrumento útil para contribuir a la integración y el desarrollo de los países latinoamericanos, principalmente en los ámbitos social y cultural.

## Referencias

- BARAJAS, R. (2015). *Fronteras y procesos de integración regional: estudios comparados entre América y Europa*. México: Colegio de la Frontera Norte.
- BELMONT, A. (2009) *El desarrollo del cine y el video documental en la dinámica sociopolítica del México contemporáneo*. *Revista Claves del Pensamiento* No. 6.
- DÍAZ, S. (2016). *Identidad Cultural y Resiliencia: Migrantes Púrepecha en Oregon, Estados Unidos*. Tesis. México.
- DOCTV-América Latina. Disponible en: <http://doctvlatinoamerica.org/convocatoria/>
- Entrevista realizada a Carlos Alberto Gamiño García, Director de Vinculación Binacional de la Secretaría del Migrante en Michoacán. Morelia, Michoacán, Julio 22 de 2017.

- Entrevista a Elena Rivera Heredia, Encargada del Centro Nicolaita de Estudios Migratorios de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Michoacán, Julio 19 de 2017.
- FUENSALIDA, V. (1990). Televisión para el desarrollo. Nuevos significados, fin a los mitos. *Revista Nueva Sociedad*, 107.
- IBÁÑEZ, A. John Grierson. *El Hombre Documental*. Disponible en: <https://www.guioteca.com/cortos-y-documentales/john-grierson-el-hombre-documental/>
- Ley Federal de Radio y Televisión. Disponible en: [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/lfirt/LFRT\\_abro.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/lfirt/LFRT_abro.pdf).
- MORALES, M. (2006). *Medios ciudadanos comunitarios en América Latina*. Colombia: Friedrich Ebert Stiftung.
- OLAVARRÍA, P. Ignacio Agüero: documentalista. Disponible en: [http://www.elmostrador.cl/cultura/2017/06/04/ignacio-aguero-documentalista-la-ley-antiterrorista-es-una-provocacion-a-la-dignidad-de-los-cineastas-aunque-la-mayoria-de-ellos-ni-lo-sepan/?php%20bloginfo\(%27url%27\);%20?%3E/cultura](http://www.elmostrador.cl/cultura/2017/06/04/ignacio-aguero-documentalista-la-ley-antiterrorista-es-una-provocacion-a-la-dignidad-de-los-cineastas-aunque-la-mayoria-de-ellos-ni-lo-sepan/?php%20bloginfo(%27url%27);%20?%3E/cultura).
- Prontuario sobre Movilidad y Migración Internacional, Dimensiones del Fenómeno en México*. Centro de Estudios Migratorios/Unidad de Política Migratoria/Subsecretaría de Población, Migración y Asuntos Religiosos/Secretaría de Gobernación. México, 2016.
- RABIGER, M. (2001). Dirección de Documentales. Madrid: IORTVE.
- RINCÓN, O. El otro lado: pensar telenovelas. Disponible en: <http://www.el-tiempo.com/archivo/documento/MAM-1624573>
- ROSSI, J.J. (1998). *El cine etnobiográfico documental de Jorge Prelorlan*. Buenos Aires: Búsqueda.
- SSA/UB/CE (2007). *Migración, salud y trabajo. Datos frente a los mitos*. Ciudad de México: Secretaría de Salud y Asistencia/Universidad de California/The California Endowment.
- SOLER, LL. (1998). *La realización de documentales y reportajes para televisión*. Barcelona: CIMS.

## CAPÍTULO 7

# ESTADO ACTUAL DE *LA RADIO CULTURAL DE MÉXICO*: UN OÍDO HACIA RADIO EDUCACIÓN

GABRIELA SOSA MARTÍNEZ

### 1. Introducción

Hace 20 años, durante la II Maestría de Comunicación, estaba *en el aire* el entusiasmo por las nuevas tecnologías que empezaban a hacerse presentes en todo ámbito: oficinas, escuelas, hogares. Con singular rapidez, los medios con los que se contaba para comunicarse -por ejemplo, el *fax*, que se popularizó debido a la facilidad e inmediatez en el envío de toda clase de documentos y hasta imágenes a cualquier punto del planeta- pronto se volvieron obsoletos. Empezaba la era del *iméil*, del correo electrónico. Todavía la computadora - el ordenador - no era de uso cotidiano para la mayoría de las personas, y quizá, sólo con los dedos de una mano, se podían contar las direcciones de correo a las que escribíamos. Las imágenes eran captadas con cámaras análogas, es decir, *de rollo*, y las cámaras de video utilizaban *verdaderas cintas de video*, a diferencia de los dispositivos móviles con los que se cuenta ahora, que tienen la función de *captar imágenes en movimiento*, lo cual se denomina *tomar video*, aunque, formalmente ya no lo es, puesto que el soporte no está en una cinta sino en un *archivo digital*, mismo que puede ser de varias medidas y calidades.

Los años 90 del siglo pasado marcaron, sin duda, la incursión vertiginosa de las tecnologías, que llegaron además con su propio vocabulario, la mayoría de las palabras tomadas del inglés - *internet, ordenadores, disquets, Pc's*, etc -, así como los sopores de almacenamiento de la información, en el modo de trabajo y de producción. Los medios de comunicación masiva no podían quedarse al margen puesto que la adopción de tecnologías digitales era ya una necesidad. Se requirió de un esfuerzo extra en inversión por parte de los medios públicos para ir al paso que los tiempos dictaban. Caso concreto: Radio Educación, cuyo lema hoy es “la Radio Cultural de México”.

La radio, un medio vigente aún, en muchos puntos del planeta, ha experimentado una serie de cambios desde su esencia misma, con la llegada de la era digital. En especial el espectro radiofónico mexicano empezó a transformarse... aunque sólo para ciertos grupos que contaron con los medios económicos que les permitieron el acceso, casi inmediato, a las tecnologías de vanguardia de ese momento; es decir, las emisoras pertenecientes a firmas privadas o consorcios comerciales, que han tenido el capital para invertirlo en las nuevas señales digitales y en la sustitución de tecnologías por lo más sofisticado, hasta el momento, incluyendo la radio digital. Lejos estamos, en el caso de Radio Educación -aún hoy- de la brillante radio digital; ese no era campo que fuéramos a pisar los medios públicos, por lo menos no a corto plazo, porque había otros temas que resolver antes de alcanzar esa meta.

En 1997, Radio Educación, emisora pública mexicana, que emitió su *primera señal educativa y cultural* hace más de 90 años, transmitía en dos frecuencias: XEEP 1060 kilohertz en Amplitud Modulada (AM), y en Onda Corta (OC), con las siglas XEPPM, ubicada en los 6185 khz. de la banda internacional de 49 metros, misma que aún conserva, con programación propia y enlazada a la señal de AM en ciertos momentos del día, como los servicios informativos.

El origen de esta radiodifusora, referente dentro de la historia de la radio mexicana, está descrito en su página electrónica de la siguiente manera:

*La primera radiodifusora educativa y cultural de México. Radio Educación fue creada el 30 de noviembre de 1924 por iniciativa del entonces secretario de*

*Educación Pública, José Vasconcelos, con el propósito de aprovechar el potencial de la radio en beneficio de las tareas educativas y culturales del país. La novel estación de radio inició transmisiones con la toma de posesión del presidente Plutarco Elías Calles, bajo las siglas CYE Cultura y Educación. Después de superar diversos tropiezos derivados de sucesos políticos y administrativos, la radiodifusora inició un nuevo ciclo en 1968. La estación, ahora adscrita a la Dirección General de Educación Audiovisual de la SEP, retomó sus transmisiones con un precario equipo técnico a través de los 1060 kilohertz de amplitud modulada bajo las siglas XEEP. Actualmente, Radio Educación es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Cultura, cuyo trabajo sustantivo consiste en fomentar y difundir las expresiones educativas, culturales y artísticas de México a través de la radio. En las últimas cuatro décadas, Radio Educación ha sido una institución radiofónica generadora de vanguardia al ofrecer propuestas innovadoras en programación y formatos radiofónicos; así como en la promoción de diversas iniciativas culturales (Radio Educación, 2017).*

**Figura 1. Placa en ocasión del 90° Aniversario de Radio Educación.**



*Autoría: Gabriela Sosa Martínez.*

En la presente reflexión, se pretende hacer un recuento de los recientes 20 años de existencia de Radio Educación en relación con los cambios tecnológicos y los procesos de producción; en consecuencia, su vínculo con sus radioescuchas y su compromiso social.

## **2. Mayor alcance: 20 años y siete señales**

Las nuevas tecnologías y vías de transmisión que se presentaban, en 1997, para el futuro inmediato de la emisora -y de los medios de comunicación, en general- dieron origen a una reflexión profunda acerca del trabajo hecho hasta entonces y una revisión de su propio quehacer radiofónico.

En comparación con otras cadenas de radiodifusoras mexicanas, de carácter privado, se vio pronto en desventaja, pues las primeras empezaron a cambiar sus equipos de transmisión y a extender su cobertura por medio de otras vías de difusión, como las páginas electrónicas o sitios *web*.

Al ser Radio Educación una radiodifusora de carácter público, no contaba con las herramientas ni medios económicos para incrementar, no sólo la calidad de la recepción de la programación, sino para aspirar a un mayor alcance geográfico, dentro y fuera del territorio nacional, y llegar así a un mayor número potencial de radioescuchas. En ese entonces, el Lic. Luis Ernesto Pi Orozco tenía a su cargo la dirección general de la radiodifusora, periodo que abarcó casi diez años, de 1991 al año 2000. Para los objetivos del presente ensayo se hace pertinente mencionar los adelantos que tuvieron lugar en Radio Educación en el aspecto tecnológico: en 1997 inició la transmisión de su señal a través del canal 112 del Sistema Satelital EDUSAT. En 1999, se recibió una *importante donación cultural en especie* por parte del gobierno de Japón, que consistió en equipamiento de grabación para el Estudio A, y en el año 2000 inició la transmisión de la señal de XEEP a través de internet, ubicada en <http://radioeducacion.cuarto.com.mx>.

A nivel interno también se dieron movimientos en beneficio de la organización y funcionamiento de la emisora. En 1993 se constituyó el Comité Técnico de Evaluación

y se emitió, mes con mes, *Audiotinta*, boletín informativo dirigido a la audiencia, en el que se daba a conocer la programación de la emisora, mismo que también funcionó como un espacio de expresión para los trabajadores que quisieran colaborar.

El Licenciado Pi Orozco afirmó sentirse satisfecho al término de su gestión por “haber contribuido en la perseverancia de la misión cultural de Radio Educación, en el sostenimiento de su identidad y valores, y en haber formado parte de un movimiento colectivo que pugnó por la renovación de su trabajo y oferta de comunicación al auditorio” (King e Ibargüengoitia, 2008a).

Cambios muy notables, cargados de cierta polémica, fueron los que se vivieron durante la gestión de la Mtra. Lidia Camacho Camacho, del año 2000 al 2007, quien detectó un rezago tecnológico en la operatividad de la emisora de, por lo menos, 10 años. Gestionó más recursos para dar mantenimiento a la planta de transmisión, ampliar el área administrativa (con la construcción de un edificio anexo) y mejorar los espacios para un mejor desempeño de los trabajos cotidianos y aspecto físico de las instalaciones, en general; en estos trabajos de remodelación fue incluida la cabina de transmisión *José Vasconcelos*. “Hubo esos recursos, sí, y pudimos poner a Radio Educación en el siglo XXI. Es decir, dotarla de tecnología de punta, adquirir sistemas de edición no lineal y comprar el equipo tecnológico necesario para que todos los procesos de producción, de creación y de difusión se hicieran de manera digital” (King e Ibargüengoitia, 2008b).

Durante la gestión de la Maestra Camacho fueron firmados convenios internacionales con instituciones de la talla de Radio Francia Internacional (que aún permanece, ya que Radio Educación retransmite, a la media noche, de lunes a viernes, el noticiario vespertino en español de RFI), la BBC de Londres, Radio Nacional de España y Radio Nederland Wereldomroep. Se dio un impulso definitivo a la Bienal Internacional de Radio (se realizaron cuatro durante esta gestión), así como a la creación y difusión del *radioarte*, concepto poco explorado en México. Fueron producidos varios discos compactos de diversas temáticas sonoras y musicales; se realizaron co-producciones con otras instituciones y, otro aspecto sumamente relevante durante su gestión, fue el de la mejoría en las condiciones de almacenamiento y

conservación de los archivos sonoros de la fonoteca de Radio Educación, tema que merece ser desarrollado con más detalle. La obtención de una señal de FM fue solicitada, aunque no obtenida; en cambio, se trabajó por otras sendas para llegar a un mayor número de oyentes al dotar, a la radiodifusora, de su propio servidor de internet, esto facilitó el control de la página y sus contenidos, al tiempo que pudo ofrecer servicios agregados como el uso de *mp3* o de *Media Real Player Audio*.

En la gestión de Virginia E. Bello Méndez (2007 a 2009), no hubo avance alguno a nivel tecnológico. Fueron hechas algunas remodelaciones al edificio central de la emisora encaminadas al mantenimiento en general, ya que fueron detectadas importantes filtraciones de agua directamente sobre las bóvedas de almacenamiento de las cintas y acetatos que se encuentran en el sótano del edificio. Para solucionar este grave inconveniente fue mandado construir un domo sobre el techo de dichas bóvedas que, a su vez, es un patio que se usa, desde entonces, como espacio cultural y de convivencia. Allí se realiza una rica variedad de actividades: presentaciones de libros, exposiciones, ventas de artesanías mexicanas, de discos o ceremonias que sea necesario efectuar. A esta explanada techada se le denominó *Espacio Cultural Mtra. Ma. del Carmen Millán*, en recuerdo de quien fuera la primera *directora moral* de Radio Educación, en 1968.

### Figura 2. Actividad cultural en las instalaciones de Radio Educación.



*Autoría: Gabriela Sosa Martínez.*

**Figura 3. Exposición artística en el domo cultural  
Mtra. Ma. del Carmen Millán.**



*Autoría: Gabriela Sosa Martínez.*

La gestión del Mtro. Carlos Antonio Tenorio Muñoz Cota, actualmente director general de Radio Educación, inició el 1° de agosto de 2009 tras la renuncia de Virginia Bello. Desde el inicio de la misma propuso la lucha, codo a codo, con los trabajadores, para el logro de la señal en FM. Ha uniformado criterios; ha construido más formalmente, en letra, la Misión y la Visión de Radio Educación, y se han publicado en el sitio electrónico [www.radioeducacion.edu.mx](http://www.radioeducacion.edu.mx). Las redes sociales *Facebook*, *Twitter* y *Vine* se han vuelto herramientas indispensables y muy activas en la construcción del vínculo con la audiencia; en algunos programas, incluso, se ha contado con la transmisión vía *streaming*. Pionero en el uso de este tipo de tecnología para transmitir fue *Sonidos Alterados*, “programa de radio enfocado en la difusión de géneros y bandas nuevas en la escena musical mexicana”, transmitido en los años 2012 y 2013, cuyo público meta fue el de los radioescuchas jóvenes; su éxito fue notable, en gran medida, gracias al uso del nuevo medio de transmisión con imágenes y en directo, mismo que permitía,

inclusive, la interacción directa del público con los músicos invitados en cada emisión de la serie.

Tenorio Muñoz Cota también se ha ocupado de reformar algunos espacios físicos de la emisora: una nueva remodelación a la cabina central de transmisión, que incluyó aire acondicionado silencioso, luz indirecta y ajustable, así como material aislante en las paredes, entre otros detalles; una oficina para locutores y la construcción de un solicitado y necesario *espacio social* de usos múltiples para los trabajadores: área de comedor, de reuniones a nivel interno y donde se imparten talleres de capacitación.

**Figura 4.** Entrada a la cabina central *José Vasconcelos*.



*Autoría: Gabriela Sosa Martínez.*

Actualmente, como se define en las identificaciones grabadas, Radio Educación, *La Radio Cultural de México*, llega a radioescuchas, cibernautas y/o diexistas, gracias a las nuevas tecnologías, a través de 7 señales que conforman el *Servicio Nacional de Comunicación Cultural*. Estas son:

*Señal Metropolitana* (1060 AM, Valle de México, XEEP). La señal histórica y matriz del Sistema Radio Educación atiende a todos los públicos. Tiene actualmente más de 35 series al aire, que, en conjunto, prestan un servicio universal, público y gratuito. Los programas de Radio Educación abordan temas de cultura, arte, salud, género, tecnología, derechos humanos entre muchos otros. Es un medio público que también presta servicios de información cultural y general a través de sus noticiarios *Su casa y otros viajes* (de tipo cultural) y los noticiarios *Pulso de la Mañana, de la Tarde, de la Noche, Sabatino y Dominical*.

*Señal Kukulkán* (107.9 FM, Mérida, Yucatán, XHYRE). Concedida a finales del año 2013, es la primera señal en FM del Sistema Nacional de Comunicación Cultural y, actualmente está en periodo de pruebas. En el futuro iniciará transmisiones producidas por creativos e instituciones de Yucatán, que atiendan sus propias características y necesidades culturales.

*Señal Internacional* (6185 khz. Banda Internacional de 49 metros, Onda Corta, XEPPM). Es la única señal de Onda Corta que se conserva en México. Transmite una programación de 12 horas diarias, integrada exclusivamente por música y programas que se refieren a las culturas que integran a la nación mexicana y el panorama histórico del país.

*Señal Satelital* (Canal 2 de la RED Edusat). Con esta señal, Radio Educación entra en contacto con los sistemas de radio educativos y culturales del país, que toman su señal para la retransmisión de contenidos, principalmente de actividades y festivales culturales (de la Huasteca, Festival Internacional Cervantino, Foro Especial de Son Jarocho, Orquesta Sinfónica Nacional, etc).

*Señal virtual-digital* (radioeducacion.edu.mx). *Internet* se ha convertido en una de las plataformas más populares para la escucha de contenidos radiofónicos de y desde cualquier lugar. De esta manera, a partir de su señal cibernética, Radio Educación llega a todo el globo terráqueo. En esta señal también se encuentra la *app* para celular, a través de la cual se logra alcanzar, potencialmente, a escuchas y cibernautas, ubicados en cualquier punto del orbe, con series que ya no están

al aire; una de ellas, *De Puntitas*, favorita entre los radioescuchas, merecedora del reconocimiento *Memoria del Mundo México 2012*, otorgado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

*Señal On Demand* (e-radio.edu.mx). Portal radiofónico para escucha *on line*. e-radio es también un servicio OTT (*Over The Top*) de carácter público, por lo que sus contenidos, financiados por el presupuesto de Radio Educación, son parte del patrimonio nacional. Esta plataforma contiene más de 10,000 horas de programas creados en la emisora, desde radionovelas y series para niñas y niños, hasta programas literarios y musicales. Cada serie radiofónica que se encuentra tiene un sitio propio en el que se describe su perfil, objetivos, población a la que se dirige y, fundamentalmente, los capítulos completos de cada programa transmitido desde hace, por lo menos cuatro años. Todas las producciones, de los más de 150 sitios que posee *e-radio*, tienen disponibilidad gratuita; pueden ser copiados y transportados en computadoras o cualquier otro dispositivo móvil. El portal también ofrece al usuario, la posibilidad de conformar su propia selección de programas, a manera de lista de reproducción o *play list*.

*Señal Xperimenta Radio* (www.xperimentaradio.mx). Sitio en *internet* para difusión y transmisión de *radios por internet* creadas por jóvenes para jóvenes. Promueve la escucha de estos nuevos contenidos de creadores latinoamericanos de radio.

**Figura 5. Señales que conforman el Servicio Nacional de Comunicación Cultural**



*Autoría: Radio Educación.*

### 3. Conservación del acervo y Fonoteca Nacional

El edificio en el que se encuentra Radio Educación es una construcción planeada específicamente para albergar una estación de radio y es su sede actual desde 1976. No fue un lugar que hubiera sido adaptado para tal función, toda vez que ya se contaba con un acervo importante de material musical, el cual era preciso conservar en instalaciones adecuadas.

En 1968, cuando Radio Educación tuvo su segunda y definitiva oportunidad para establecerse como una radiodifusora formal, solicitó material musical a los radioescuchas de entonces, en préstamo o en donaciones, y fue tal la respuesta que el acervo fonográfico creció considerablemente al correr del tiempo. Estos discos, de vinil o acetato, fueron copiados en cintas de carrete abierto, soporte frágil y delicado, que solía romperse en algún momento durante la transmisión. Cuando este soporte se volvió obsoleto muchas cintas fueron desechadas, algunas ya tenían más de 40 años de uso y estaban en extremo estado de deterioro. Otras tuvieron que ser recicladas para hacer nuevas grabaciones y, lamentablemente, se perdió material. Los motivos: presupuestos bajos, descuido o simple ignorancia.

La fonoteca de Radio Educación resguarda discos compactos, discos de vinil y, desde luego, las producciones radiofónicas de todos sus años de existencia que incluyen series dedicadas a los niños, radionovelas, programas de análisis, de difusión cultural, musicales, salud, cine, teatro, uso del idioma español, etc.; así como discos de música de todo tipo: la fonoteca de la emisora es la más variada y numerosa de todo México. Sólo por mencionar algunas clasificaciones de este material, se cuenta con Música Mexicana - de todos estilos y épocas: desde virreinal y popular hasta obras de autores contemporáneos -; Cine, Teatro y Televisión; Música Popular Latinoamericana; Música Popular Europea; Música Culta; Música Norteamericana; Jazz; Rock; África, Asia y Oceanía; *New Age* (o Electrónica, concepto que ya ha quedado muy limitado).

En el periodo de gestión de la Mtra. Lidia Camacho al frente de la emisora (2000-2007), se gestionó la división de la fonoteca para resguardar, en una

institución independiente y complementaria, gran parte del acervo, sobre todo sonoro, que conservaba Radio Educación. Al mismo tiempo comenzó la era de la digitalización del material que contenían las cintas de audio antes mencionadas; una enorme cantidad de música y gran parte de las series y programas pudieron ser copiados a formato digital ya que son esencia de la memoria sonora de la emisora y del país.

*Estaba prácticamente en una situación deprimente, en un olvido absoluto. Incluso no había un inventario muy definido del acervo de la fonoteca. Quizás nunca habíamos reflexionado sobre la importancia que tiene el patrimonio sonoro como un patrimonio intangible (...) mucho descuido en el tema de la conservación y la preservación (...) trabajar muy fuertemente al interior de la emisora, primero capacitando al equipo, luego construyendo las bóvedas para el correcto almacenamiento de este acervo* (King e Ibargüengoitia, 2008b).

Con fines de capacitación y de intercambio de ideas y propuestas, se realizaron seminarios nacionales e internacionales para, finalmente, organizar la Conferencia Anual de la Asociación Internacional de Archivos Sonoros y Audiovisuales, donde se dieron cita los profesionales en materia de preservación y conservación de archivos en todo el mundo, ya que este tema empezaba a preocupar y ocupar a las instituciones encargadas de su resguardo. Con estas experiencias y la necesidad de contar con un espacio más amplio y adecuado para la preservación de la música y los sonidos de México, fue gestándose el *macroproyecto* – como lo nombró la propia Mtra. Camacho – para la creación de la Fonoteca Nacional, “como una institución dedicada a la conservación y preservación del patrimonio sonoro a nivel nacional, por supuesto, con tecnología de punta”. Finaliza con esta reflexión: “A través de la señal de una radiodifusora cultural podemos llevar también servicios de carácter educativo. Y éste es un gran reto porque hay que encontrar nuevos lenguajes...” (King y Ibargüengoitia, 2008b).

Fue así como fue fundada la Fonoteca Nacional en un antiguo edificio del S. XVIII, conocido como *Casa Alvarado*, ubicado en Coyoacán. “El inmueble ha tenido diversas funciones: biblioteca de la Secretaría de Hacienda y Crédito

Público, librería de la Secretaría de Educación Pública, sede de la Enciclopedia de México, de la Dirección de Estadística, de la Fundación Octavio Paz, entre otras. Asimismo, de diciembre de 1997 a abril de 1998 fue residencia de nuestro Premio Nobel de Literatura -Octavio Paz-, quien murió en este recinto” (Fonoteca Nacional, 2017).

La Fonoteca Nacional abrió sus puertas al público el 10 de diciembre de 2008, con la ya Dra. Lidia Camacho como su primera directora, después de su paso por la dirección general de Radio Educación.

#### **4. División del trabajo: redacción, en cabina y en estudio**

En estos últimos 20 años, *ciertos trabajadores indispensables fueron dados de baja*: El *telex* terminó su vida útil, algunas notas alcanzaron a llegar por *fax*, aunque poco tiempo duró esta vía. Las notas informativas empezaron a diversificar su origen; las fuentes fueron, desde entonces, páginas electrónicas de otros medios de comunicación, aunque no se ha dejado de contar con las colaboraciones de corresponsales de agencias asociadas a Radio Educación, tanto nacionales como extranjeras.

Las máquinas de escribir mecánicas para la redacción de noticias, con sus respectivas copias (tres, en total: locutor, realizador y operador de cabina) desaparecieron y, aunque hubo cierta reticencia, por parte de algún trabajador, a usar los nuevos equipos de cómputo, no hubo otro camino que *facilitar* la labor en la Subdirección de Información y demás áreas. Se pusieron en marcha cursos de capacitación para los trabajadores en el manejo de programas como *Windows* y *MS-Dos* para obtener el mayor beneficio de los nuevos equipos. La mayoría de los trabajadores se mostraron entusiasmados con este salto, de lo manual a lo digital.

*Hemos avanzado todos, desde el clásico télex a donde llegaba toda la información, luego el fax, hasta en la actualidad el internet y los medios tecnológicos más avanzados y digitales. Pero siento que, más que nada, es en el aspecto de la noticia donde ha habido muchos avances”, opinión del reportero y periodista,*

*Reynaldo Cerecero, quien cuenta con más de treinta años de experiencia en la subdirección de información de Radio Educación (King e Ibarguengoitia, 2008c).*

A nivel administrativo ocurrió lo mismo: se sustituyeron archiveros y máquinas de escribir por equipos de cómputo, se brindó capacitación y surgió la necesidad de *inventar* una manera propia de organizar la información para el personal de esta emisora de radio pública.

Posteriormente comenzaron las transmisiones vía satélite (Canal 22 de la *Red Edusat*) y aunque, a pasos cortos, la radiodifusora no ha dejado de caminar hacia una mejor operatividad.

Cambios más específicos transformaron el entorno de la emisora en sus puntos vitales. En la cabina de transmisión, cuyo nombre es *José Vasconcelos*, el ideal espiritual de Radio Educación, se realizaron las adecuaciones pertinentes para ubicar la pantalla y equipo de cómputo en la mesa del locutor y en el área de control del ingeniero de audio, para quien el trabajo se transformó radicalmente al sustituir las cintas de carrete abierto, cintas de audio casetes y discos de vinil, además de sus respectivos reproductores, ya que todo esto fue enviado a las bóvedas adecuadas para su conservación y resguardo. Llegaron a las manos de los ingenieros, los *dats* y los *mini-discs* para mejorar la calidad y el manejo de todo material producido en cabina.

**Figura 6. Cabina central de transmisión *José Vasconcelos*.**



*Autoría: Gabriela Sosa Martínez.*

Es importante destacar que ninguna de estas máquinas, aparentemente en desuso, ha sido desechada o guardada en bodegas: todas se conservan en buen estado y se les da mantenimiento regular, como a cualquier otro equipo que forma parte de la emisora. En cualquier momento podría ser utilizado nuevamente.

*Cuando se hizo necesaria la digitalización de todo el material discográfico se guardó en formatos mp3 o WAV, tarea que, aún hoy, continúa. A este procedimiento se someten tanto los materiales discográficos como los programas que se realizan en estudio para almacenarlos en la Computadora Central, que es un enorme contenedor de toda esta información; desde allí son atraídos a la cabina de transmisión, para salir al aire, a través de un programa adquirido para este fin, denominado Dalet, observa Norma Bárcenas, operadora de audio en cabina (Bárcenas, 2017).*

En cuanto a los locutores, su memoria y sus conocimientos de cultura general siempre han estado a prueba -y lo seguirán estando-. Sin embargo, el *brinco* también vino en pequeños pero notorios pasos en su desempeño directo en cabina. La programación completa, de 24 horas de transmisión fue, durante muchos años, escrita a máquina. Esta contiene: datos completos de la emisora (ubicación en el cuadrante, siglas, página web, domicilio y teléfono de cabina), fecha, nombre del programador, hora de inicio de transmisión de cada material, clasificación fonotecaria de cada material programado, nombres de las piezas, autor, intérprete y duración, así como los nombres de los programas por transmitirse durante esa jornada. Esta programación se elabora con el programa digital *Dalet*, con el que también se puede *ajustar* la programación, es decir, quitar o poner piezas musicales según las necesidades de transmisión. El locutor en turno, con base en esta programación, hace la presentación conveniente del material discográfico.

Las identificaciones pregrabadas con voces de la emisora se hizo costumbre; en el pasado, simplemente era una de las tareas de los locutores, con su estilo y ritmo, durante el turno en cabina. Esta fue otra de las innovaciones con la llegada de la tecnología.

El trabajo en los estudios no difiere demasiado del realizado en cabina. Los operadores recibieron capacitación especializada en el uso, cuidado y aprovechamiento de tecnología de punta y en programas específicos de edición, grabación, copiado y diseño sonoro como *Pro Tools*. Sin embargo, conocen la tecnología análoga, misma que se utiliza cuando se hace necesario.

En resumen, “la incorporación de tecnología informática en las diferentes áreas de Radio Educación ha sido progresiva: comenzó en las áreas administrativas, continuó en la fonoteca y después en producción y noticias (...) en 1997 operaban 17 computadoras y se había instalado una red para comunicarse entre ellas; en 1999 todas las áreas ya contaban con al menos un equipo y para el año 2002 toda la estación había sido informatizada y sus terminales interconectadas con una red de cableado estructurado para la transmisión de voz y datos” (Sosa, 2004).

## 5. Siete señales + una

El camino ha sido muy largo en la búsqueda de la FM y se ha intentado la obtención en diversas ocasiones: una petición en 2009, dos veces en 2012 y una más en 2014, incluida la presentada ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) el 23 de enero de 2017.

*Con un presupuesto para 2017 disminuido en 23.5 millones de pesos respecto a los últimos cinco años, y una infraestructura decaída que los ha sacado hasta por casi dos horas del aire, La emisora cultural de México busca una vez más acceder a la anhelada Frecuencia Modulada en la capital del país, cuya banda en países de primer mundo incluso ya empieza a ser obsoleta (...) A través de Change.Org y bajo el título ¡FM para Radio Educación, ya!, los integrantes de la Defensoría de las Audiencias de Radio Educación expresaron que gran parte de los comentarios de fieles radioescuchas tienen que ver con la mala recepción y calidad de audio, pero en específico para pedir que Radio Educación acceda a FM; es una petición imponderable y una exigencia muy bien ganada, porque hablamos de la emisora cultural más antigua del país (...)*

*Al cierre de esta edición, la mencionada solicitud contaba con 8 mil 616 firmas, incluidas las de periodistas, escritores y comunicadores (Sosa, 2004).*

Efectivamente, en diciembre de 2016 inició una fuerte y decidida campaña, organizada por los trabajadores de la emisora, para solicitar, a las instancias correspondientes, una señal de FM para Radio Educación. En ella participaron, con sus voces y testimonios, diversas personalidades de la cultura y de las comunicaciones en México: Horacio Franco, Jaramar, Gabriel Sosa Plata, Beatriz Solís Leree, Irma Evangelina Gallo, Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Napoleón Glockner, Enrique Velasco, Alejandra Buggs, el caricaturista Rruizte y Pilar Muriedas, entre muchos otros.

Mientras la información del presente ensayo estaba siendo recopilada, se dio la noticia tan esperada por toda la comunidad de Radio Educación: La concesión para transmitir en la banda de Frecuencia Modulada. En la emisión nocturna del Servicio Informativo *Pulso*, con fecha del 22 de agosto de 2017, fue dada a conocer la noticia de esta manera:

*Por fin, después de una larga espera y gracias a la transición tecnológica digital, hoy la Secretaría de Cultura del gobierno federal, María Cristina García Cepeda, anunció que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT o IFETEL) autorizó una señal de FM a Radio Educación en el 96.5. En varias ocasiones había solicitado Radio Educación al IFT una señal de FM, la última solicitud fue presentada el pasado 23 de enero (de 2017) y de la cual se obtuvo la notificación que hoy celebramos... Durante sus 93 años de existencia, La Radio Cultural de México ha sido un referente en la producción de contenidos radiofónicos de alta calidad, creatividad cultural y pertinencia social. En ese sentido, tener una nueva señal de FM en la capital, fortalecerá los objetivos de Radio Educación relacionados con difundir la riqueza cultural de México, consolidar su presencia entre sus audiencias y, por lo mismo, incrementar y diversificar sus contenidos e impulsar el trabajo de sus creadores. Felicidades a las audiencias porque escucharán emisiones de mayor calidad. Quedó atrás la petición del IFETEL de que*

*nuestra emisora regresara su señal de AM para entregarle la FM. Ya no será así (Avance Informativo, 2017).*

Con este hecho se suma una señal más al Sistema Nacional de Comunicación Cultural. Una lucha que llevó a un resultado, mismo que implica más responsabilidad, no sólo hacia la sociedad que habita el territorio nacional, sino la que está más allá de las fronteras. Ahora resta esperar la partida presupuestal para el próximo 2018 que, además es año electoral.

*Los pasos inmediatos a seguir son comprar un transmisor, vía licitación internacional y con apoyo de la Secretaría de Cultura; buscar el lugar idóneo para la colocación de la antena. Es un proceso que durará cerca de un año para poder transmitir por la señal de FM. Ya iniciadas las transmisiones, ambas señales estarán enlazadas (AM y FM) para, posteriormente, desligarlas; por lo tanto, también se hace necesario mejorar la transmisión de la señal en amplitud modulada. El plan de extensión a futuro incluye tener también una FM en Sonora (al norte del país), como la que existe en Mérida (al sureste) para alcanzar el sueño máximo de Radio Educación: tener cobertura nacional (El fin justifica a los medios, 2017).*

## 6. Conclusiones

Los proyectos y los avances en esta institución, que sirve a la sociedad y que pertenece a ella -no al gobierno en funciones- se ven detenidos o interrumpidos por falta de presupuesto y proyectos concretos continuos, lo cual repercute directamente en la producción de programas y en el cumplimiento de sus funciones vitales. Un claro ejemplo es que, desde hace más de tres años, no hay proyectos nuevos; el Comité Técnico de Evaluación no ha publicado su convocatoria anual dirigida a la comunidad de trabajadores, para sumar nuevas producciones a la Carta Programática.

Aunado a lo anterior, la emisora ha dejado de estar presente en importantes actividades artísticas y culturales que se realizan, tanto en la Cd. de México (Festival de Piano en Blanco y Negro, Festival de Música Antigua, Festival del Centro

Histórico, Conservatorio Nacional de Música, museos y otros espacios culturales) como en otros puntos del país: el Festival Cultural de Zacatecas, la Feria Internacional del Libro en Guadalajara o el Festival Dr. Alfonso Ortiz Tirado, de relevancia a nivel mundial, dedicado al canto. Esta ausencia ha limitado entonces, la misión de esta importante estación de radio como difusora de las expresiones culturales actuales.

Afortunadamente sí se conserva la presencia de Radio Educación en actividades únicas en su género como el Festival Internacional Cervantino, El Festival de la Huasteca y El Foro Especial de Son Jarocho, otrora Encuentro de Jaraneros y Decimistas, en el que Radio Educación tuvo y ha desempeñado un trabajo de suma importancia en la renovación y rescate de este género musical que, en los años setentas, había caído casi en el olvido.

Por otra parte, muchos de los escuchas habituales se alejaron; han encontrado otras opciones con las que se dan un descanso de nuestra emisora, pero reconocen que ninguna se compara con el estilo único de Radio Educación y regresan. Se han ido también por motivos técnicos, puesto que la sintonía en la banda de amplitud modulada ya no es fácilmente accesible debido a que muchos receptores ya no cuentan con ella; los fabricantes han dejado, poco a poco, de incluirla en productos y bienes como automóviles o en equipos portátiles de reproducción musical. Los dispositivos móviles sólo incluyen radio con frecuencia modulada; en este sentido, la emisora ya tiene un nuevo punto a su favor en camino para ganar más audiencia puesto que, en la Cd. de México, alrededor del 85 % de los radioescuchas se inclinan por la banda de FM, mientras que sólo un 15 % sintoniza AM (Rivera, 2017).

Se abre un nuevo capítulo en la historia de Radio Educación y, desde luego también para la radio cultural mexicana. Será un reto para las emisoras que serán sus vecinas en el cuadrante aunque, lejos de ser competencia, se verían complementadas unas con otras y juntas conformarán el *corredor cultural* en frecuencia modulada. Es digno hacer mención de cada una de ellas: 94.1 UAM Radio (de la Universidad Autónoma Metropolitana), 94.5 Opus (del Instituto Mexicano

de la Radio, IMER), 95.7 Radio IPN (del Instituto Politécnico Nacional), 95.7 UNAM (de la Universidad Nacional Autónoma de México) y 96.5 Radio Educación (de la Secretaría de Cultura).

Hay mucho qué construir y mucho qué recuperar; sin duda, la llegada de la señal en el 96.5 del cuadrante en FM representa una nueva luz para Radio Educación, para muchos escuchas identificada como *El Oasis del Cuadrante*, puesto que, con este importante paso, se va consolidando como el Servicio Nacional de Comunicación Cultural, cuyo lema es *Crea, Colabora, Comparte*.

Para concluir, se transcribe aquí esta sencilla, aunque profunda reflexión en torno a los temas centrales de este trabajo, pronunciada por la Dra. Lidia Camacho: “Si nosotros hacemos un recuento de la historia de la radiodifusión, veremos que la tecnología siempre logra salvar a la radio de esas *muertes tan anunciadas*” (King e Ibarguengoitia, 2008).

## Referencias

- Avance Informativo* y nota informativa del Noticiero *Pulso de la Noche*. Subdirección de Información, Radio Educación. Redacción: María de los Ángeles Hernández García (2017, 17 de agosto).
- BÁRCENAS SILVA, N. (2017, 29 de julio) Entrevista realizada por Gabriela Sosa Martínez. Radio Educación, Ciudad de México.
- El fin justifica a los medios* (programa en vivo). Producción de María Graciela Ramírez Romero (2017, 24 de agosto).
- Fonoteca Nacional (2017). Disponible en: <http://www.fonotecanacional.gob.mx/>. Recuperado el 20 de septiembre de 2017.
- KING, J. E IBARGÜENGOITIA, A. (2008A). Entrevista a Pi Orozco, L. E. en “Radio Educación. La historia reciente: testimonios y memorias”. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), Secretaría de Educación Pública (SEP), Universidad de Guadalajara. Primera edición, 2008. p. 103.

- KING, J. E IBARGÜENGOITIA, A. (2008B). Entrevista a Camacho Camacho L. en “Radio Educación. La historia reciente: testimonios y memorias”. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), Secretaría de Educación Pública (SEP), Universidad de Guadalajara. Primera edición, 2008. p. 111.
- KING, J. E IBARGÜENGOITIA, A. (2008C). Testimonio de Cerecero, R. en “Radio Educación. La historia reciente: testimonios y memorias”. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), Secretaría de Educación Pública (SEP), Universidad de Guadalajara. Primera edición, 2008. p. 198.
- Radio Educación (2017). Disponible en: [www.radioeducacion.edu.mx](http://www.radioeducacion.edu.mx). Recuperado el 20 de septiembre de 2017.
- RIVERA, N. Radio Educación: Por su FM. (2017, 5 de mayo) <http://www.proceso.com.mx/485301/radio-educacion-fm>
- RIVERA, N. Radio Educación: Por su FM. (2017, 5 de mayo) <http://www.proceso.com.mx/485301/radio-educacion-fm>
- SOSA PLATA, G. (2004). “Una historia hecha de sonidos. Radio Educación: La innovación en el cuadrante”. Secretaría de Educación Pública, México. Primera edición, Noviembre, 2004. p. 164. ISBN: 970-33-0021-9.

## CAPÍTULO 8

# LOGROS EN EL MANEJO DE LA ESCENOGRAFÍA COMO ELEMENTO COMUNICADOR EN EL CONTENIDO AUDIOVISUAL DE LA TELEVISIÓN REGIONAL DEL CARIBE COLOMBIANO (1997–2017)

MELVIN PATRICIO MAURY JIMÉNEZ CAMPO

### 1. Introducción

Los temas a continuación plantean la importancia de la escenografía como elemento de comunicación visual inmerso en los contenidos de la televisión regional del caribe colombiano, considerando ciertos tópicos, tales como: características, orígenes, desarrollo histórico y otros aspectos generales, los cuales proporcionan un referente importante para conocer el valor utilitario y estético de la escenografía y su connotación en el mensaje audiovisual. Por otra parte, abordan la problemática que plantea el tratamiento equivocado de los decorados y de cómo este hecho influye en el grado de aceptación de los contenidos emitidos. Los logros alcanzados en esta materia, en un período comprendido entre 1997 a 2017, determinan el futuro de la escenografía en el ámbito regional.

## 2. La escenografía. Generalidades

La escenografía está entrelazada al origen de las representaciones teatrales en la Antigua Grecia, el término *escena* se deriva del griego *skene*, que consiste en una especie de tienda de campaña donde el actor realiza los cambios de vestuario durante su actuación. No obstante, la escenografía se convierte en el entorno que acompaña a los actores y en la referencia de espacio para el espectador. Toda producción audiovisual, sea de teatro, cine o de televisión, debe conjugar acertadamente una serie de aspectos decorativos y técnicos para crear una atmósfera convincente de lo narrado, que incentive las reacciones del público; en el caso de la televisión, “este propósito depende en gran medida del manejo de los planos de cámara” (Miller-son, 1982, p.10). La escenografía surge, entonces, de la necesidad de crear el ambiente adecuado para una representación en particular (ver Figura 1).

**Figura 1. La escenografía crea ambientes adecuados para representaciones particulares**



*Autoría: Camilo Araúz.*

Un decorado está constituido, principalmente, por un fondo básico que delimita el espacio escénico, compuesto por paredes, puertas, ventanas, pisos y techos; mientras que el mobiliario, los objetos y los adornos, conforman los detalles que dan carácter a la escena. Por su parte, la luz manejada profesionalmente crea la sensación del día o de la noche, propicia ambientes sosegados, misteriosos o terroríficos, según sea el propósito; en los espectáculos artísticos, por el contrario, la iluminación va dirigida a dar colorido y dinamismo al escenario.

### 3. Objetivos de la escenografía

Cuando sólo se dispone de un estudio de grabación para televisión, el escenógrafo debe construir todos y cada uno de los elementos escenográficos requeridos; por el contrario, si se selecciona una locación real, como el lobby de un hotel, una iglesia, un restaurante o una piscina, solamente se modifican ciertos detalles para adaptarla a las necesidades de la escena.

Si bien el arduo trabajo que implica la etapa constructiva de un decorado no es apreciado por el público, el producto de su labor, en cambio, se evidencia en cada oportunidad, especialmente si es atractiva; cuando un decorado es antiestético y mal elaborado, hasta el más desprevenido espectador lo nota. Teniendo en cuenta los planteamientos de Millerson (1990), “el escenógrafo debe ser un experto, un artista consumado con mucha sensibilidad”. (p. 21). En muchos casos, el escenógrafo investiga y se documenta acerca de algún estilo arquitectónico o de las costumbres de un lugar para poder inspirarse y diseñar acertadamente.

### 4. Breve historia de la escenografía

En lo que al mundo occidental respecta, el origen de la escenografía data del siglo V, a.C., en Grecia, cuando se presenta por primera vez un drama de Esquilo, *Las Suplicantes*, durante la celebración de las fiestas dionisiacas, en Atenas. A partir de este hecho, toma forma un proceso artístico ligado a la exigencia de ambientar una historia imaginaria. Inicialmente, las obras se desarrollan al aire libre, ante una colina que sirve de tribuna a los asistentes, y el paisaje natural circundante es el único fondo decorativo. Los artificios escénicos se sintetizan en máscaras, implementos de guerra y vestuario (túnicas y penachos). Casi a mediados del primer siglo del teatro griego, surge la *skene* que más tarde es remplazada por las fachadas arquitectónicas que se convierten en fondos escénicos monumentales. Paralelamente, la utilización de plataformas rodantes (*ekuklema*), de tableros o paneles pintados (*pinakes*) y de un artefacto llamado *deus ex machinna* (dios a través de la máquina), introducido por Eurípides, y que consiste en un armazón con poleas para bajar de las alturas a los actores que representan deidades, enriquece la

MELVIN PATRICIO MAURY JIMÉNEZ CAMPO

escenografía antigua. Cuando Roma toma y adapta todo el acervo cultural griego, el fondo escénico adquiere mayor tamaño y espectacularidad, debido a las imponentes fachadas arquitectónicas ornamentadas con columnas, arcos, estatuas y detalles esculpidos en mármol (Figura 2).

**Figura 2. Fondo escénico romano.**



*Autoría: Marina Dias.*

De acuerdo a un estudio de MacGowan (1964) se crean varios estereotipos: “Para las representaciones trágicas se simula la fachada de un templo o palacio; para las comedias, el decorado representa plazas, calles, puentes y balcones; en el caso de las obras satíricas o rústicas, se utiliza un decorado con características rurales” (pp.38-39).

Es importante destacar que, con el concurso de las nuevas técnicas escénicas, la escenografía alcanza tal protagonismo que la atención del público se centra en los nuevos inventos. “Cuando la escenografía y el espectáculo se hacen dominantes, la poesía y la pasión se ven forzadas a retirarse” (Nicoll, 1964, p.579).

La importancia de la escenografía se remonta a la Antigüedad y se va afianzando por la necesidad misma de inventar recursos que recreen la narración y motiven a los espectadores; la razón de ser de la escenografía está en su estrecha relación con lo representado y en el impacto que debe generar.

## 5. La escenografía en la edad media

En la Edad Media, los *autos sacramentales* o *misterios* tienen la finalidad de representar pasajes bíblicos y, con el dominio de la Iglesia Católica, se establecen como método para evangelizar y catequizar a la gran masa. Al principio, dichos dramas religiosos se realizan dentro de los templos, sobre pequeñas plataformas de madera; los atavíos litúrgicos, las imágenes sagradas, los símbolos religiosos y demás ornamentos, ambientan las escenas. Luego, las obras se desarrollan en los pórticos de las iglesias y en las plazas contiguas, con el fin de llegar a más feligreses.

A grandes rasgos, la escenografía tiene un mayor o menor desarrollo en diferentes países europeos. Así pues, en el siglo XII, aparecen en Francia tarimas de madera agrupadas en línea o en semicírculo, para la escenificación simultánea de los *misterios*, en plazas de pueblos y ciudades. Concretamente, en Inglaterra y Flandes, los *autos sacramentales* se llevan a diferentes lugares mediante el uso de plataformas rodantes (Figura 3). Así, el uso de los inventos antiguos (griegos y romanos) convierte al teatro en un espectáculo asombroso que entretiene o atemoriza a la gran masa, de mayoría ignorante. En España, quizá porque la dominación árabe se extiende hasta el siglo XV, las manifestaciones del teatro medieval y la implementación de la maquinaria escénica, fueron tardías, pero los *misterios* se popularizan rápidamente.

MELVIN PATRICIO MAURY JIMÉNEZ CAMPO

**Figura 3. Plataforma rodante.**



*Autoría: Photos Corbis.*

En este punto, sorprende el hecho de que la Iglesia, en su condición de autoridad dominante, haya utilizado la representación teatral y, por consiguiente, los artilugios escenográficos para lograr el objetivo de adoctrinar a la población. Así que, aún hoy, el manejo apropiado de los decorados debe ser uno de los objetivos primordiales en la producción televisiva regional, pero ya con intenciones motivantes.

## **6. Los decorados en el Renacimiento**

En el Renacimiento, 1450- 1570, grandes artistas y arquitectos, encabezados por Filippo Brunelleschi, 1377- 1446, Miguel Ángel, 1475- 1564, y Leonardo Da Vinci, 1452- 1519, crean diseños fastuosos para las Cortes europeas, contribuyendo a la opulencia de los escenarios. El gran recurso de la perspectiva, aplicado teóricamente por Brunelleschi en 1413 y utilizado por el pintor Masaccio, 1401-28, en su obra La Trinidad, 1425- 1428, enriquece la pintura renacentista y, en consecuencia, los grandes telones pintados para los fondos escénicos adquieren mayor realismo, debido a la ilusión de profundidad y a la sensación de amplitud (Figura 4). El impulso de la escenografía de la época se debe al arquitecto inglés Íñigo Jones, 1573-1652, quien realiza transformaciones escénicas mediante paneles corredizos y un sistema de tramoya para los cambios de telones.

MELVIN PATRICIO MAURY JIMÉNEZ CAMPO

**Figura 4. Escenografía renacentista.**



*Autoría: Wordpress.*

En 1517, España aún está inmersa en la escenificación de los *autos sacramentales*; en Madrid y Sevilla, las obras se desarrollan en plazas llamadas *corrales*, debido a su forma cuadrangular y por estar rodeadas de casas, cuyos balcones se utilizan como palcos. Calderón de la Barca logra escenificar obras sacramentales, en 1663, ante una multitud que colma el corral en cada oportunidad.

## 7. Modelo hispano en el Nuevo Mundo

Haciendo una transición de tiempo y lugar, “no se puede afirmar que los rituales sagrados de los pueblos pre-hispánicos sean representaciones teatrales, pero sí que dichos rituales están provistos de un gran dramatismo y profusión artística”. (Del Paz, 1967, p.13). El uso de máscaras, penachos y túnicas, así como la presencia de la música, los cantos, la danza y, por consiguiente, de un templo o altar como marco ceremonial, establece un esquema similar al del teatro antiguo. Por ejemplo, Arrom (1967) narra las impresiones del padre Juan de Tovar acerca del lugar donde se escenifican historias, en el templo de Quetzalcoatl (México), así: “...había en medio de este patio un pequeño teatro, el cual enramaban y aderezaban con toda la pulicic posible, cercándolo todo de arcos hechos de toda diversidad de rosas y plumería...”. (p.10).

El caudal cultural de España llega a América en el siglo XVI, en pleno Renacimiento europeo, aun cuando el reino sigue aferrado a la Edad Media. La gesta descubridora, la conquista y la colonización, desequilibra el estado social, cultural y político de los pueblos indígenas; la necesidad de masificar la doctrina cristiana europea conlleva a que la estructura de los autos sacramentales se fusione con las expresiones culturales nativas, y a que el teatro misionero adapte piezas religiosas medievales a la lengua indígena. “Aquellas representaciones fueron, pues, síntesis de dos tradiciones dramáticas: europeas por el tema y el propósito, e indígenas por todo lo demás”. (Arrom, 1967, p.20). A partir de 1574, el teatro misionero se transforma en una manifestación folclórica, tal como permanece hoy en muchos pueblos latinoamericanos, en forma de fiestas, ferias y carnavales.

En el caso particular de la región caribe de Colombia, aún hoy se celebran fiestas patronales que guardan las características propias del modelo medieval europeo: la procesión recorre las calles y entra a la plaza de la iglesia, en donde el pueblo se une a los festejos; es común que se construya una tarima engalanada con ornamentos alegóricos para la presentación de actos folclóricos.

No existen libros que reseñen cronológicamente las distintas etapas del desarrollo de la escenografía en Colombia, pero es aceptable suponer que técnicas artísticas introducidas por los españoles se fusionan con las nativas y se aplican a la ornamentación de altares y tabladros para fiestas religiosas, siendo transmitidas de una generación a otra, a través de los artesanos. Pero, la escenografía concebida a partir de un diseño planificado, tal como se hace en la actualidad, sólo es posible después de que llega la televisión al país, en 1954. Inicialmente, los nuevos decorados televisivos son planos, a manera de fondos monocromáticos -la televisión es en blanco y negro- con algunos detalles identificadores (logos) del programa emitido; los decorados de dramas, a partir de la década de los 60s, aun cuando cumplen con el objetivo de ambientar las escenas, son muy simples y poco elaborados -la primera telenovela, *En el nombre del amor*, se emite en 1963. Sin embargo, con el correr del tiempo, los decorados televisivos se desarrollan entre el estudio de grabación y las locaciones reales en exteriores. Pero, la irrupción de la televisión a color, en 1979, y más tarde, la posibilidad de recibir señal internacional por

cable, 1987, contribuye a transformar el tratamiento de la escenografía para televisión. La nueva imagen a color es un reto decisivo para los decoradores que se ven obligados a mejorar las técnicas para producir decorados más atractivos y de mayor realismo; la televisión por cable, además, permite ver canales internacionales en los que se muestra un trabajo escenográfico más elaborado que sirve de referencia a los realizadores nacionales.

## **8. Escenografía y comunicación visual**

El hombre capta información visual del ambiente que le rodea; su capacidad de percepción involucra aspectos físicos y psicológicos, relacionados con el individuo y con su entorno sociocultural. Esta condición humana es aprovechada por el cine y la televisión para presentar una realidad, acertadamente o no, a través del contenido audiovisual de películas, dramatizados, noticieros, la publicidad, etc. Según Munari (1985, p.72) la comunicación visual ofrece una información práctica y utilitaria (un catálogo de instrucciones, las imágenes testimoniales de un documental, o las señales de seguridad industrial) y una información estética, donde se conjugan la forma, el color, las texturas, la luz, entre otros aspectos.

La escenografía, al reunir componentes de carácter visual, desempeña también un papel importante como elemento comunicador, es un código más en el lenguaje audiovisual.

Con el propósito de obtener un mensaje efectivo, la televisión recurre a ciertos códigos, como siguen descritos:

- Los códigos iconográficos son aquellos que se perciben como imágenes, tales como: los actores o personajes, la escenografía, el vestuario, la utilería, entre otros.
- Los códigos abstractos están determinados por la luz y el color, elementos evidentemente subjetivos.

MELVIN PATRICIO MAURY JIMÉNEZ CAMPO

- Los códigos lingüísticos están dados por los diálogos, títulos, subtítulos y textos cuya finalidad es conducir la narración.
- Los códigos paralingüísticos son los planos de cámara, los encuadres, los movimientos, los ángulos.

Por lo tanto, la escenografía, como código relevante en el lenguaje televisivo, contiene además signos que determinan su peculiaridad: Por ejemplo, la forma puede determinar una época o un estilo arquitectónico en particular; la perspectiva simula profundidad, pero puede connotar opulencia, poder; la textura suele enfatizar detalles arquitectónicos; el color, por su parte, crea asociaciones relacionadas con el medio cultural, pero, también origina sensación de volumen. (Figura 5).

**Figura 5. La escenografía como código en el lenguaje televisivo.**



*Autoría: Roberto Kattah.*

## **9. La escenografía como mensaje**

“El contenido es fundamentalmente lo que se está expresando, directamente o indirectamente; es el carácter de la información, el mensaje. Pero, en la comunicación visual el contenido nunca está separado de la forma”. (Dondis, 1976, p.123). Una película, un telenoticiario o un programa de concurso, se convierten en mensajes, de cuyos códigos visuales hace parte la escenografía. Los decorados forman

parte del mensaje audiovisual y no es equivocado afirmar que se estructuran como un mensaje connotativo, capaz de influir en el ánimo del público. Por ejemplo, si los códigos que conforman los decorados no se manejan adecuadamente, la motivación y respuesta del espectador no será la esperada. A continuación, se enumeran algunas causas que pueden interferir en el proceso de comunicación del mensaje escenográfico:

- La deficiencia estética o la pobreza decorativa puede desvirtuar la intención del mensaje.
- Un eclecticismo equivocado, especialmente en las producciones de época, puede generar reacciones negativas en el público receptor, más aún si su nivel cultural le permite identificar los errores.
- El manejo exagerado del color le resta autenticidad al mensaje visual que podría parecer desagradable o de mal gusto, si esa no es la intención.
- Una iluminación deficiente quita fuerza y contundencia al referente escenográfico.
- La ausencia de la escenografía, a lo largo de toda la narración audiovisual, es contraproducente para la efectividad del mensaje. Sin embargo, en algunas escenas que tienen como fin destacar el estado de ánimo de un personaje, es válida la abolición de los decorados por un corto espacio de tiempo.

Así como el hombre observa su entorno centrando la atención en las cosas destacadas y desestimando aquellas que no le generan interés, también, al ver una película, fija su atención en la caracterización de los personajes, en los diálogos, la gestualidad y en los movimientos; quizás para el público desprevenido, la escenografía ocupa un lugar secundario, de relleno. No obstante, la importancia del decorado y su razón de ser se hacen notorias cuando los espectadores reaccionan negativamente ante un decorado inadecuado, pobre o antiestético.

## 10. Escenografía y cultura

Para Ruiz (1987), “Los individuos, la sociedad y el Estado mismo han creado durante su desarrollo histórico, obras (...) de índole pictórico, musical, monumental, arquitectónico y urbanístico que es preciso conservar y proteger” (p. 159). Dicho patrimonio está entretreído a otro de carácter folclórico, religioso y social, enmarcado en el entorno que sirve de medio ambiente. De estas manifestaciones, las más relevantes y difundidas por los medios de comunicación se convierten en símbolos identificadores de los pueblos, y se establecen como imágenes reconocibles, creando un imaginario sociocultural determinante. Es por ello que, en los grandes eventos mundialistas, para citar un ejemplo, el país anfitrión pone en escena sus símbolos culturales con el propósito de difundir y fortalecer la imagen nacional. Lo que García Canclini (1990) analiza como el marcado interés de los sistemas políticos dominantes por tomar el folclor local como reserva imaginaria de discursos nacionalistas (p. 391). Sin el objeto de profundizar en este concepto, es claro que la escenografía, al representar un lugar total o parcialmente, constituye su relación con los aspectos culturales; en las producciones de carácter histórico o costumbrista, la escenografía reproduce rasgos arquitectónicos, de mobiliario y de detalles decorativos propios de un lugar o época en particular (Figura 6).

**Figura 6. La escenografía como código cultural.**



*Autoría: Roberto Kattab.*

## 11. Logros en el manejo de la escenografía en la región Caribe colombiana

Cuando irrumpe la televisión en Colombia, 1954, se genera una gran expectativa ante la posibilidad de difundir masivamente las expresiones culturales de cada región y unificar y reforzar la identidad nacional. Sin embargo, su carácter centralista y aspectos de tipo económico no permiten que se logre el objetivo; sólo hasta 1985, con la creación de los canales regionales, distintas zonas del país vuelven a estimar posible construir un discurso propio e identificador, sin las limitaciones de un sistema centralizado de televisión.

La región caribe colombiana consolida rápidamente su canal de televisión (Telecaribe), quizás por el anhelo generalizado de disponer de un medio propio que, además de informar, educar y entretener, facilitara la difusión del patrimonio cultural; en teoría, el nuevo canal plantea una *independencia cultural* del sistema centralista imperante. Al respecto, Abello, exGerente de Telecaribe, afirma: “Casi inmediatamente, crece la expectativa colectiva entre los habitantes por verse reflejados en la pantalla chica, a través de un discurso audiovisual autóctono, con un estilo muy caribe, distinto...”. (J. Abello, comunicación personal, 12 de septiembre de 1998).

Progresivamente, en ciudades costeras como Barranquilla, Cartagena y Santa Marta, se crean pequeñas empresas de televisión que vinculan a profesionales de la comunicación para desempeñarse como reporteros, presentadores, camarógrafos o asistentes técnicos. Las primeras emisiones televisivas develan la exigua capacidad económica y técnica de las productoras emergentes, se hace notoria la carencia del elemento escenográfico, mientras que, en otros casos, la decoración es insuficiente y poco estética; el manejo de la iluminación, del sonido, del vestuario y hasta del lenguaje, presenta deficiencias importantes, sin olvidar la baja resolución de la imagen emitida.

El interés que el canal regional suscita en sus inicios disminuye lenta y drásticamente a raíz de las deficiencias de forma y de contenido. Transcurriendo 1995, ya el gran público rechaza el concepto de *televisión espejo*, que muestra la

cotidianidad de manera pasiva y poco impulsora del desarrollo y de los valores culturales, en especial de aquellas zonas alejadas de los principales centros urbanos. A propósito de este asunto, Barrios, exJefe de emisión de Telecaribe, dice: “Sin intención, se crea una especie de monopolio cultural, semejante al de los canales de televisión de cubrimiento nacional.” (I. Barrios, comunicación personal, 3 de agosto de 1998).

En la práctica, el manejo profesional de la escenografía no existe, aparte de que los bajos presupuestos impiden mejorar la calidad de los decorados. Para 1998, el panorama aún no es halagador; varios empresarios del medio consultados coinciden en que la recesión económica del país y la poca demanda de pautas comerciales obligan a las empresas de televisión a restringir la inversión, siendo la escenografía la más afectada, al ser considerada como un recurso prescindible, reemplazable por locaciones reales.

## 12. Conclusiones

En fin, los temas que ilustran aquí aspectos relacionados con la escenografía y su permanencia en el tiempo, desde hace 26 siglos, fundamentan, en definitiva, el propósito de valorar el arte escenográfico en toda su extensión y significado y crear conciencia entre los profesionales y académicos del medio televisivo para que con su saber contribuyan a enaltecer la escenografía, especialmente en el medio televisivo de la costa caribe colombiana. Los logros que sobre la materia se dan, en un período entre 1997 a 2017, hacen suponer que, aunque existan ciertos avances en el concepto, el manejo y financiamiento, quedan aspectos por mejorar. De todas maneras, es necesario un cambio de actitud en la industria televisiva, relacionado con el imaginario popular que equivocadamente desestima la escenografía y el trabajo decorativo que conlleva. Para el caso de los programas con emisión regular, la opinión está polarizada: cierto sector, tiene la sensación de que las empresas no destinan presupuestos suficientes, la otra parte cree que la idoneidad de los decoradores es cuestionable. Al respecto, el productor de televisión Rendón opina que:

*El cambio es notorio, hay proyectos en el canal regional del caribe que demuestran la importancia de invertir en la escenografía, lástima que posteriormente (...) los programas dan giros inesperados y luego comienzan un festival de improvisaciones, saturando la escenografía con planos rebuscados, los cuales no hacen parte del concepto inicial para lo cual fue diseñada y construida, restándole méritos e importancia. La escenografía va de la mano con la planimetría y el diseño lumínico. Cambiar los ángulos preconcebidos, cambia el concepto previo y, por lo general, son cambios para nada favorables (A. Rendón, comunicación personal, 15 de julio de 2017).*

Seguidamente, a la pregunta de cómo ha contribuido la academia al desarrollo de la escenografía regional, Rendón reconoce que:

*La academia siempre será importante en la búsqueda de la calidad; Telecaribe se inició con empíricos en su mayor parte, por fortuna la academia apareció prontamente. Aunque no todos los programas del canal practican la realidad de la industria, es notoria la inversión que actualmente se está llevando a cabo en el departamento de arte, con la construcción de escenografías acordes con las necesidades del programa. Eso en cuanto al campo televisivo, porque en el auge cinematográfico de la región caribe, hay una proliferación de jóvenes que trabajan en los departamentos de arte, donde es notorio el concepto académico.*

Desde otra óptica muy personal, y de manera opuesta, el maestro Castillejo, escenógrafo y catedrático en Bellas Artes, sentencia que “la calidad es muy mala. Diseños y materiales pobres. Mal manejo de los recursos tecnológicos. La limitación de las prácticas académicas, en cuanto a la escenografía se refiere, son los altos costos de producción. Tampoco existen ofertas académicas serias”. (F. Castillejo, comunicación personal, 25 de julio de 2017). Considera, además, que el escenógrafo local requiere de “capacitación, investigación y ampliación de horizontes”. Y en cuanto al vínculo de la escenografía con los aspectos culturales y con la idiosincrasia regional, Castillejo cree que las empresas productoras de televisión “ni siquiera son conscientes de la existencia de este importante binomio”.

Sea cual fuere la opinión de los expertos, es claro que se necesita de un trabajo mancomunado y concienzudo entre la academia, los realizadores y los escenógrafos, para darle al arte escenográfico y a sus gestores un sitio destacado: primero, promoviendo la investigación en las aulas universitarias; segundo, dignificando el trabajo de los escenógrafos en el ámbito empresarial y profesional; tercero, realizando una labor autocrítica por parte de los decoradores que ayude a fomentar el respeto por este arte. Quizá la propuesta conlleva un proceso de mediano o largo plazo, pero no es utópica, todo depende de la conexión entre las partes en cuestión; paradójicamente, a quienes les corresponde iniciar el ciclo es, precisamente, a los escenógrafos que en la actualidad se desempeñan como catedráticos.

## Referencias

- ARROM, J. (1967). *Historia del teatro hispanoamericano*. México: Andrea.
- DEL PAZ, A. (1967). *Teatro social hispanoamericano*. Barcelona: Labor.
- DONDIS, D. (1976). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1990). *Culturas híbridas*. México: Grijalbo.
- MACGOWAN, K. (1964). *Las edades de oro del teatro*. México: Fondo de Cultura Económico.
- MILLERSON, G. (1990). *Diseño escenográfico para televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- MILLERSON, G. (1982). *Escenografía básica*. 2ed. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- MUNARI, B. (1985). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- NICOLL, A. (1964). *Historia del teatro mundial*. Madrid: Aguilar.
- RUIZ, J. (1987). *Sociedad y cultura*. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.

## CAPÍTULO 9

# EL PATRIMONIO CULTURAL Y LA COMUNICACIÓN, UNA OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO HUMANO

MARÍA CRISTINA DÍAZ VELÁSQUEZ

### 1. Introducción

Cuando pensamos en el patrimonio, nos remitimos a un complejo sistema de valores aprehendidos y heredados, a las verdades que conocemos sobre lo nuestro, sobre lo propio. Ello ha sido posible porque pertenecemos a un lugar, a un relato común, hemos trasegado con otros, por caminos similares, y consideramos significativo para nuestra realidad un entorno, un relato, una experiencia.

Hablaremos entonces del patrimonio como una experiencia a la cual nos acercamos por múltiples razones, pero especialmente por la posibilidad que nos ofrece la interacción con los bienes o testimonios patrimoniales, sean estos materiales, intangibles o naturales. Ese acercamiento sucede a partir de una relación empática con el mundo, con aquello que tiene valor para nosotros y nos identifica.

Cabe señalar que la forma como accedemos a los bienes o testimonios de orden patrimonial son disímiles y tienen directa relación con las maneras

diferentes como nos acercamos al capital cultural. En ese sentido, la relación con el patrimonio cultural devela una jerarquía de capitales culturales, marcada por las tensiones entre lo que es oficialmente valioso, que cuenta con un reconocimiento y por tanto es conservado; y aquello que se expresa de manera cotidiana, en las necesidades cambiantes de las sociedades y del hombre, que es mutable y tiene que ver con la pluralidad de la vida, por esa razón está más relacionado con lo emergente, lo territorial y lo alternativo.

Los bienes patrimoniales no son estables, son cambiantes, un día pueden ser utensilios cotidianos y con el paso del tiempo, se convierten en el testimonio de una manera de vivir del hombre y su relación con el mundo. Es desde la noción plural del patrimonio donde los procesos comunicativos hacen sus aportes, propiciando su difusión, su apropiación social y aportando a su preservación. En este texto se plantea una reflexión sobre ese papel de la comunicación como eje mediador, como dispositivo y como generadora de contenidos al concentrarse más en el sujeto que en el objeto, como centro de su gestión.

## **2. Patrimonio cultural y los procesos de patrimonialización**

Desde los aportes de los estudios culturales, el patrimonio cultural ha sido visto como constructor de ciudadanía, teniendo en cuenta la acumulación de capital simbólico, gracias a la carga ontológica que trae consigo y que tiene la capacidad de generar y proporcionar algunos beneficios para las sociedades, pues contribuye a la generación de imaginarios comunes sobre un desarrollo compartido (Bourdieu, 1994).

Tal vez por ello, existe una tendencia de los últimos años hacia la patrimonialización de la cultura, debido al esfuerzo que, desde las políticas públicas y las recomendaciones de los gobiernos nacionales u organismos multilaterales, promueven la singularidad del valor agregado de los productos y servicios culturales, vistos como esos activos intangibles que promueven una economía basada en el conocimiento y la autenticidad.

A pesar de ello, el concepto de patrimonio visto dentro de los imaginarios que generó la posmodernidad y que trajo consigo procesos de significación y valoración social, amplió la mirada, que ya no se hace desde el lugar privilegiado y hegemónico del poder, sino por el contrario y principalmente desde la pluralidad de actores que se movilizan desde la diversidad y la heterogeneidad de sus realidades inmediatas, desde la proliferación de los patrimonios locales que abordan de modo explícito la identidad, el territorio y la cotidianidad de sus relaciones presentes y futuras.

Antonio Ariño Villarroya sostiene que el actual proceso de patrimonialización se enfrenta a varias paradojas: 1) la paradoja ontológica (sobre la extensión del patrimonio a todos los ámbitos del ser), 2) la metodológica (sobre el proceso de reconocimiento de los patrimonios), 3) la pragmática (sobre los usos y sujetos del patrimonio) y 4) la ecológica (sobre la sostenibilidad de los patrimonios), y que se podrían concluir como postulados que procuran reforzar el carácter público de los bienes, pero que instrumentalizan e imponen. Ariño Villarroya sostiene:

*(...) la sabiduría práctica de un tiempo plagado de incertidumbres y riesgos, de rumbo ingobernado y tal vez ingobernable. Pero no es menos cierto que, de otro lado, el patrimonio trata de suturar las rupturas entre pasado y presente imponiendo un único marco interpretativo (la celebración de la identidad y su continuidad temporal). Sin embargo, el pasado en su extraña e irreversible existencia no puede dejar de ser un manantial irreductible de sobrecogimiento. Adorno y Horkheimer en Dialéctica de la Ilustración postularon que no era tan importante conservar el pasado cuanto realizar sus esperanzas frustradas; el historiador E. P. Thompson proponía en Costumbres en común la necesidad de abandonar toda nostalgia porque “jamás volveremos a la naturaleza humana precapitalista”, pero, consideraba que un recordatorio de sus necesidades, expectativas y códigos, podría “renovar nuestro sentido de la serie de posibilidades de nuestra naturaleza”. Y Antonin Artaud sostenía que “no es tan importante defender una cultura cuya existencia jamás ha evitado que un hombre sintiera hambre, como obtener de la así llamada cultura de las ideas con una fuerza idéntica a la del hambre.*

Verdaderamente hay muchos pasados; al menos, tantos como presentes. Qué patrimonio restauramos, no es una cuestión políticamente neutra. Propongo que restauremos aquel que reúna una doble condición: mejorar las condiciones de vida de las personas más frágiles en el tiempo presente, levantar su dignidad y reforzar su calidad de vida; y por otra parte, un patrimonio que permita mirar el pasado sin cultivar la complacencia y la satisfacción, invitando al asombro, al sobrecogimiento, provocando inquietud y conmoción. Ese, según creo, es un patrimonio no de poseedores y sedentarios, sino de desposeídos y nómadas.

Si en efecto se habla de hacer un esfuerzo por integrar la cultura al desarrollo integral del ser humano, y si retomamos a Ariño Villarroya, es necesario hablar del concepto de valor. Con ello nos referiremos a la identidad, la diversidad y la innovación como componentes intrínsecos de este concepto, más allá de lo que significan los valores estéticos. Estos componentes están relacionados con aspectos antropológicos (modos de comportamiento, expresividades, rutinas, entre otros), que tiene directa relación con los valores simbólicos ligados a las comunidades y a los pueblos.

En este amplio panorama sobre las nociones que contribuyen a generar valor dentro del patrimonio cultural, está latente el debate sobre lo que implica la conversión de formas culturales en mercancías, las cuales se centran en el valor económico del patrimonio. Al respecto Mauricio Montenegro (2003) refiriéndose a las políticas económicas y políticas culturales en Colombia, afirma que este proceso conduce necesariamente a una inserción en las formas de economía formal que implican inevitablemente entrar en el modelo del emprendimiento cultural:

*(...) El discurso del emprendimiento cultural, ampliamente aceptado y patrocinado desde las entidades estatales, el sector empresarial y las organizaciones multilaterales, se ha sincronizado con la ampliación de diversas formas de propiedad cultural, incluyendo las sanciones patrimoniales. La tendencia a establecer el emprendimiento como el modelo productivo y laboral de las industrias culturales hace parte de un proyecto neoliberal, interesado en reducir el volumen institucional de los modos de volumen institucional de los modos de producción, tercerizar los servicios y desregular las filiaciones laborales.*

Varios autores han señalado que el discurso del emprendimiento ha florecido en el neoliberalismo como parte de un proyecto político que descarga todas las responsabilidades sobre el individuo o sus bases sociales inmediatas (Armstrong, 2005 y Puello-Socarrás, 2008).

La tendencia global que recoge las recomendaciones de las convenciones de la Unesco, en especial la de protección del patrimonio inmaterial de 2003, en el caso colombiano, ha implicado poner en marcha una serie de normativas que promueven la valoración y salvaguardia de expresiones, saberes y bienes populares y étnicos definidos como de naturaleza inmaterial. El Ministerio de Cultura de Colombia a través de la ley 1185 de 2008, el decreto 2941 de 2009 y la resolución 0330, en particular, reglamentan los procesos de inventario, registro, gestión y preservación, extendiendo valores y métodos museológicos a los conocimientos, las prácticas, los artefactos, los mundos sociales y los espacios de grupos y sociedades.

En esa lógica, gobiernos locales de los territorios más vanguardistas en el tema, estimulados por el Ministerio de Cultura, han propiciado armonizar los planes de ordenamiento territorial con la salvaguardia de los patrimonios urbanos y arqueológicos. Esta iniciativa ha sido estimulada en algunos casos, por oportunidades las económicas que representan la declaración patrimonial de las manifestaciones. En particular un ejemplo de ello fue la declaratoria del Carnaval de Negros y Blancos que se realiza en el municipio de Pasto departamento de Nariño, en el suroccidente colombiano. El Carnaval es una fiesta de comunión que tiene su origen en la fusión de múltiples culturas y expresiones, correspondientes a los Andes, la Amazonia y la cultura del Pacífico. Coincide con la celebración de la Luna (Quilla), que guarda reminiscencia con los rituales efectuados por los Pastos y Quisquillas, culturas indígenas ancestrales y agrarias que, en época de cosecha, honraban con danzas a la luna, y hacían ofrendas al sol, para amparar sus cultivos. Simultáneamente en víspera del Día de Reyes, en épocas de la Colonia, se realizaba el 'juego de negritos', principalmente entre blancos y mestizos, debido a la escasa presencia de población negra en Pasto.

En el Carnaval se expresan la libertad, el juego, el arte, la creatividad, la alegría y el amor fraterno del pueblo, para el cual la comunidad se prepara durante

todo el año diseñando y produciendo carrozas monumentales que expresan la cultura y narrativas locales, con sus diseños, recrean mitos y leyendas de la región, celebran personajes e hitos de la historia local y nacional. Alrededor de esta celebración se tejen dinámicas artesanales, intervienen creadores, artistas, comparsas, colectivos coreográficos.

**Figura 1. Carnaval.**



*Autoría: Mauricio Dueñas.*

En el contexto de esta realidad como esta, es que surge la reflexión sobre cómo la dinámica del mercado - consumo impacta la gestión cultural y la misma salvaguarda de la manifestación.

En un principio, si bien la propuesta es fortalecer la valoración de la manifestación patrimonial, los actores involucrados pujan por copar nuevas posiciones estratégicas en el mercado, y como lo afirman los autores que han estudiado el fenómeno, (Chaves, Montenegro, Zambrano. Vol. 46, 2010), se da una disputa económica, política y simbólica entre agentes privados, estatales y los grupos sociales involucrados.

**Figura 2. Desfile de comparsas.**



*Autoría: Wikimedia Commons.*

Los procesos de patrimonialización traen consigo los discursos de emprendimiento cultural del patrimonio y generan pugnas por la distribución de los derechos de uso y comercialización, sobre la propiedad, la circulación y la distribución de los bienes y saberes patrimonializados.

Así las cosas, sin poder escapar de la lógica neoliberal que atraviesa inclusive al patrimonio, nos atrevemos a plantear el papel de la comunicación y sus diversas formas de interlocución y la generación de contenidos como potenciador de las necesidades de bienestar y utilidad de sus usuarios, gracias a la generación colectiva de conocimiento e innovación, con beneficio mutuo.

### **3. Los usos sociales del patrimonio cultural y el papel disruptivo de la comunicación**

La conceptualización sobre patrimonio cultural ha tenido importantes desarrollos en las últimas décadas, ligado a la conceptualización sobre la cultura. Con ello van de la mano diversas elaboraciones oficiales desde organismos como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, hasta las adoptadas por las comunidades en los diversos territorios

de orden local. Sabemos que la cultura va más allá de la estrecha visión individual de la actividad artística y creativa, que se aproxima a explicar los aspectos simbólicos y estéticos del mundo; que la cultura es una condición básica de la humanidad, que permite generar mecanismos de comunicación y representación, que aseguran e identifican la permanencia de una sociedad (Caraballo Perichi, 2011).

La relación inocultable entre la diversidad cultural y los bienes patrimoniales ha sido una realidad que ha planteado retos importantes para el ecosistema del patrimonio cultural, pues ha implicado tanto para investigadores, gestores culturales, como para instituciones y públicos; que se pregunten acerca de qué se valora, qué se conserva, qué resulta significativo para las sociedades y cómo se abren espacios para su disfrute. Es ahí donde los procesos comunicativos, de intermediación e interacción, han tomado el pulso a las dinámicas del patrimonio, a la vez que promueven disrupciones sobre las miradas tradicionales del mismo, entendiendo el término disruptivo, como aquello que genera cambios importantes o innovadores en las formas de pensamiento crítico.

Así, las nociones sobre patrimonio han cambiado y ampliado la condición patrimonial de los bienes de uso cotidianos, por los de las culturas populares y tradicionales. En el marco de la XXXII Reunión de la Conferencia General de la UNESCO, llevada a cabo en el año 2003, se adoptó la Convención para la Salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, suscrita por Colombia y posteriormente ratificada a través de la ley 1037 del 2006. De acuerdo con la Convención, el patrimonio cultural inmaterial está definido como:

*Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad*

*y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana (p.17).*

Previo a todo este ejercicio normativo internacional, el antropólogo Nestor García Canclini (1999) señalaba que existía una “inadecuada ubicación del patrimonio en el marco de las relaciones sociales que efectivamente lo condicionaban” y, según su hipótesis, era imprescindible rediscutir cinco cuestiones ligadas al patrimonio. Ellas eran: la desigualdad de la apropiación social del patrimonio, sus usos, la preservación patrimonial, el rol de las industrias culturales y los criterios estéticos y filosóficos asociados.

A partir de estas cuestiones que nos señala García Canclini, habría lugar a por lo menos tres tendencias de patrimonialización, en las que la comunicación se ve como un eje que transversaliza el debate. Una primera le apostaría por reivindicar los valores intrínsecos y sustanciales a los bienes patrimoniales, con una mirada eurocéntrica, marcada por el criterio científico promulgado por los expertos encargados de verificar si se cumple el principal requisito: el del “valor universal y excepcional” o el tan discutido criterio de autenticidad.

La dimensión comunicativa de esta primera cuestión, ha intentado revertir la postura sobre el valor universal, poniendo en diálogo y reconociendo las contradicciones que ciertas opiniones expertas tienen sobre los valores sagrados o espirituales de diferentes sitios (Langford, 1983; Larsen, 1995). El papel de la dimensión comunicativa ha sido develar las retóricas del patrimonio y la forma como se erigen discursos muchas veces hegemónicos acerca de la historia, la cultura, la identidad y con ello las consecuentes políticas públicas de preservación. Si bien estos procesos van muy ligados a los ejercicios institucionales, han logrado poner en discusión la versión unívoca de aquello que era patrimonio per se.

Existiría una segunda tendencia que privilegiaría el valor económico del proceso patrimonial, a partir de la significancia, relevancia y autenticidad que representa y simboliza para un pueblo, un bien o testimonio. Esta tendencia se ha promovido en especial, en el marco de las políticas del turismo patrimonial, con

la motivación primordial de invitar a la inmersión, disfrute del patrimonio en un territorio (Prats, 1997), para el goce no solo de monumentos y sitios patrimoniales, sino de expresiones, manifestaciones y tradiciones vivas heredadas de los antepasados. Ejemplo de ello es el turismo gastronómico, que busca dar a conocer las costumbres culinarias de una comunidad. El usufructo turístico de estos bienes patrimoniales lleva a que las comunidades implicadas sufran un proceso dinámico lleno de tensiones. Acá la comunicación alternativa, no oficial, no institucional, ha estado al servicio la resistencia y la resignificación constantemente de los procesos identitarios, al surgir desde las mismas comunidades dueñas de las manifestaciones.

Este tipo de procesos de patrimonialización, ligados por ejemplo a promover el turismo, podría traer beneficios económicos para la población de los territorios implicados, garantizando la herencia y legado para las futuras generaciones o, en el peor de los casos, abriendo las compuertas para la pérdida o modificación de los valores propios del bien y devenir en una experiencia limitada al consumo turístico y mercantil.

Ejemplo de la resistencia de comunidades en asocio con las instituciones, han sido algunos Planes de Gestión y Participación Comunitaria del Patrimonio. Se trata de iniciativas que han activado las demandas agenciadas directamente de las comunidades implicadas, que procuran armonizar el reconocimiento de los valores patrimoniales con el desarrollo local. Un ejemplo interesante de este proceso fue el surgido por las comunidades del Eje Cafetero colombiano en el proceso de promulgación como patrimonio inmaterial del Paisaje Cultural Cafetero, proceso que involucró las formas de organización tradicional de los caficultores y las redes de trabajo colectivo. En esta experiencia se identificó el buen estado de conservación de las viviendas y poblaciones, debido en gran medida al grado de apropiación de los habitantes de estos territorios, de su cultura. Las formas tradicionales de comunicación como la red de vías de conexión regional, los mecanismos de acción colectiva para superar problemáticas comunes, los sitios de encuentro como las fondas camineras de la zona rural y los cafés en la zona urbana. El resultado fue el diseño de un Plan de Manejo del Paisaje Cultural Cafetero que tiene como

principios el bienestar económico y social de todos sus habitantes, la apropiación social del patrimonio cultural y la sostenibilidad ambiental que constituye la herramienta más importante la preservación sostenible del Paisaje.

Hoy vemos cómo existen organizaciones comunitarias que agencian sus propios procesos productivos, ofreciendo turismo sostenible y, sobre todo, la experiencia de vivir la vida cafetera en el territorio.

**Figura 3. Paisaje cultural cafetalero.**



*Autoría: Gabriel Jaime Giraldo.*

Una tercera tendencia, más monumentalista, es aquella en la que prevalece la capacidad simbólica de legitimación y de cohesión de símbolos nacionales y donde la comunicación oficial e institucional ha hecho lo propio al servicio del poder, estructurando los discursos hegemónicos. Esta visión se concentra en definir los valores permanentes e inalienables de los bienes, sin considerar la noción de patrimonio como constructor social, donde la significancia cultural de los bienes, sin propiedades intrínsecas, propone otra serie de cualidades que van más allá de las propiedades inherentes al objeto. Estas propiedades y valores asignados

son propios de grupos sociales y nos fija o nos determina la idea de patrimonio en conflicto, un lugar donde existen disputas simbólicas, disputas por dominar el significado y los beneficios del uso de ese patrimonio, así como disputas de la discontinuidad entre pasado y presente.

#### **4. Primera ruptura: La comunicación aporta a una noción del Patrimonio como construcción social**

Si bien los procesos de evolución social que se resignifican de manera constante, a pesar de los veinte años de la publicación del libro de García Canclini, la discusión sobre qué preservar, sigue vigente. Además de los procesos de valoración que privilegian los valores intrínsecos y económicos, existiría una tendencia ligada a entender necesidades sociales, gracias a la participación democrática de los interesados.

Así pues, si consideramos al patrimonio como un corpus en mutación en donde los procesos de comunicación son los que han contribuido a romper lo que García Canclini denomina, la ‘complicidad social’, que diluye las particularidades y los conflictos que se encuentran imbricados en los procesos sociales, identificados con los patrimonios culturales, dentro de una escala de valores dada por instancias hegemónicas, dando paso a las periféricas.

Es en este sentido, las acciones comunicativas, de investigación, conservación, y difusión orientadas a la búsqueda de verosimilitud histórica y no de autenticidad, contribuyen a dinamizar otra serie de valores comunitarios y locales que marcan diferencias y que no son universales, pues están más ligados a los componentes territoriales, a diferencia de una noción de universalidad que destaca la existencia de un valor sobresaliente que trasciende las fronteras sin considerar las particularidades.

Estos cuestionamientos implican la visualización de todos los actores sociales, nuevos territorios, nuevas relaciones.

Un ejemplo de ello es la experiencia del Laboratorio de Innovación Comunitaria MINGALAB del Pacífico Colombiano, creado por la Fundación Manos Visibles, donde confluyen 15 organizaciones de Buenaventura, Cali, Quibdó, Medellín y Tumaco a través de una plataforma de colaboración-acción colectiva y aprendizaje estratégico.

A este laboratorio pertenece la Organización Corporación Yanci que está cambiando las narrativas con respecto a lo que significa ser afro. El cine, la comunicación y la escritura son ejes fundamentales en la Corporación Yanci para llevar lo mejor del talento local al mundo (Corporación Yanci, 2017). Como este, cientos de colectivos locales, hacen evidentes las formas los relatos desde lo audiovisual, generando nuevas narrativas sobre lo propio.

En estas experiencias comunicativas, la diversidad cultural ha encontrado su propio lenguaje. La comunicación es el vehículo de expresión estética y de construcción de memoria que permite la reafirmación de las identidades y el intercambio social. Partiendo de los principios de descentralización y multiculturalidad, los procesos comunicativos reconocen la pertinencia de ampliar la participación en la construcción colectiva de una geografía patrimonial, desde las múltiples visiones regionales y los diferentes grupos y poblacionales. Esta dinámica de ampliación y descentralización de la condición patrimonial, ha permitido además generar otras formas de sostenibilidad más allá de las exclusivamente económicas, gracias a la conformación de nuevas plataformas y contenidos comunicativos que han logrado conformar públicos propios, y organizaciones que desde la comunicación se preguntan por ¿qué es valioso en términos patrimoniales?, ¿cómo se conserva y para qué es importante conservarlo?

Las cuestiones comunicativas se centran entonces en develar nuevos significados de lo patrimonial, producir contenidos que lo resignifiquen, circulados, apropiarlos e impugnados. Ello sumado al enfoque sociológico propuesto por Bourdieu acerca de las luchas donde se producen los sentidos (2005), nos permite identificar la actividad comunicacional, las organizaciones sociales, las instituciones, los procesos de apropiación tecnológica y los contenidos producidos, las convergencias y divergencias entre éstos, para poner en diálogo y debate, las diversas perspectivas

halladas, así como comprender las expectativas, intereses y sensibilidades de las organizaciones respecto a la producción de comunicativa con enfoque patrimonial.

Algunos ejemplos claros de esto son, por mencionar solo tres asociados a medios étnicos conformados para fortalecer las narrativas afrodescendientes son, Afropress, una agencia de noticias online, que trata especialmente temas de interés sobre las minorías populares de Brasil, está comprometida con un periodismo crítico e independiente de partidos y de gobiernos, es la única fuente de noticias con enfoque diferencial, que busca romper con las relaciones económicas, política y sociales hegemónicas. Cuenta con colaboradores y corresponsales en Brasil, Londres y Nueva York. Ofrece información de calidad gracias a que participan investigadores, educadores, activistas sociales interesados en las cuestiones étnico-raciales. Ha logrado establecer diálogos con periodistas de medios tradicionales para ir rompiendo la invisibilidad que los grandes medios (Afropress, 2017). El otro ejemplo son las Blogueras Negras en Brasil, Sitio colaborativo, coordinado y producido por un equipo editorial, que se ocupa de la selección de textos, generación de contenidos del sitio, editar y coordinar el material proveniente de distintos colectivos o personas, con enfoque feminista y étnico (Blogeras Negras de Brasil, 2017). Finalmente está, Oka-yAFrica, una plataforma que se concentra en el circuito principal (mainstream) de artistas, escritores, cineastas, diseñadores de moda, músicos, los creadores culturales y líderes de pensamiento, progresistas, emergentes, que contribuye a llenar el vacío existente en las representaciones de África con contenidos alternativos producidos y realizados por comunidades afrodescendientes (Afropress, 2017b).

Se entiende entonces que la Comunicación también es un campo en disputa, donde existen multiplicidad de formas de apropiación de las tecnologías de comunicación. Y así como Raymond Williams y Jesús Martín-Barbero, entendemos que ni el análisis de la tecnología ni el análisis de la comunicación pueden hacerse al margen del análisis de la cultura. Hacerlo sería incurrir en anacronismos y asimetrías entre las tecnologías de una sociedad y los procesos históricos, culturales y sociales que hicieron posible su surgimiento, su desarrollo y sus mismas formas de uso. La tecnología y la comunicación son, por definición, fenómenos sociales, esto es, histórica y culturalmente determinados en la relación de los unos y los

otros. Por ser sociales, entonces, exigen que se mire el uso de la tecnología en el contexto de la cultura que la produce o la apropia.

## **5. Segunda ruptura: La comunicación aporta a la comprensión sobre la condición pública del Patrimonio**

Hemos visto como los procesos comunicativos son un activo en la ruta crítica de la construcción social del patrimonio y gracias a ello es posible recomponer la construcción de los valores unívocos del patrimonio, hacia versiones más plurales, comunitarias y periféricas.

La reivindicación de los derechos culturales, promovidos por procesos civilizadores, ha dado lugar a que los ciudadanos accedan de maneras diversas al patrimonio cultural, a la vez que se han extendido los derechos y deberes sociales relacionados con la conservación del patrimonio, dinamizando las corresponsabilidades y copropiedades de los bienes tangibles e intangibles de la sociedad. Y es en este aspecto donde se identifica la segunda ruptura de una mirada tradicional sobre el patrimonio y sus responsables: no existe una relación unívoca del patrimonio, por parte del Estado, o sus propietarios. El patrimonio es de todos.

Se pasa entonces de la certidumbre objetiva, a la duda colectiva (Caraballo, 2011). La comprensión de ese proceso integral de la vida del bien o testimonio patrimonial y la aplicación creativa de nuevas metodologías de actuación y de gestión, agenciadas por la comunicación.

Es así como puesto en crisis los valores unívocos y occidentales alrededor de la idea de patrimonio histórico, se amplía la visión y se ratifica que los procesos de valoración y conservación del patrimonio no existen por fuera de las relaciones sociales, la significación de los fenómenos naturales y sociales, se dan para la existencia y desarrollo de la comunidad.

La reivindicación de los derechos culturales en el ámbito patrimonial, denota la necesidad de generar acuerdos entre los diversos implicados y resolver

cuestiones fundamentales como: ¿Qué representa el patrimonio? o ¿qué está socialmente y visiblemente integrado con él?, Es ahí cuando vemos el papel predominante que juegan los grupos sociales y la comunicación con el reconocimiento de los diferentes valores de acuerdo a los procesos humanos, que involucran múltiples aspectos: religiosos, educativos, familiares, entre otros.

Las preguntas centrales sobre las cuales se mueven los procesos comunicativos en torno a la valoración implica una compleja trama de relaciones afectivas y condiciones intelectuales en donde predomina el fenómeno de la elección: ¿cómo un grupo social toma una posición ante una herencia recibida?, ¿cómo un proceso de racionalización se compromete con el desarrollo de un discurso colectivo que va más allá de la valoración oficial o institucional? ¿cómo se definen los mecanismos para tomar posiciones, cómo se da la atribución de valores en un escenario de múltiples sujetos sociales relacionados con una herencia común?

El paso de la comunicación análoga a la comunicación digital, facilita esta cuestión. Las formas rizomáticas que tiene este tipo de comunicación, integrada por nodos interrelacionados entre sí, sin puntos centrales, hace posible múltiples relaciones entre múltiples usuarios y hace que todos nos convirtamos en productores y consumidores de contenidos. El reto está en que los contenidos sean más estratégicos y pertinentes.

Que sean los mismos habitantes de los territorios quienes identifiquen, se cualifiquen, produzcan y promuevan sus formas de auto-representación y auto-determinación es un derecho y un deber que conecta a las comunidades con sus luchas, sus apuestas y allana el camino hacia un futuro más justo y sostenible.

## **6. A modo de conclusión. La gestión comunicacional del patrimonio: desde la gente y no desde el objeto**

La gestión de conocimiento agenciada por los procesos comunicativos, puede verse como una facultad de comprender e interpretar la experiencia humana y

ellos es un activo intangible que resulta ser una ventaja competitiva emergente para la gestión patrimonial.

Desde la perspectiva entenderemos el patrimonio cultural como un proceso desigual, que viene fuertemente marcado por los procesos de reproducción cultural. La manera cómo se transmite el saber y los distintos grupos que se apropian ese saber, plantea un lugar disímil en la herencia cultural. Cada grupo social accede de manera distinta al capital cultural y por tanto existe una jerarquía de capitales sociales y culturales de los distintos grupos involucrados con un proceso de valoración patrimonial, en donde las formas comunicativas abren los debates que provocan ejercicios éticos. Es en este momento donde la correlación de fuerzas determina el poder de decisión y las preguntas claves: ¿Qué se valora? ¿Cómo se valora? y ¿Desde dónde?

De esta forma la conceptualización sobre la gestión del conocimiento puede entenderse como la creación de valor orientada hacia la innovación, donde la clave está en el disfrute del patrimonio, cómo se vive el patrimonio y como se involucra a la ciudadanía en dos sentidos como usuario y como fuente de conocimiento (North y Rivas, 2008). Por tanto, entender a la cotidianidad de sus costumbres, las maneras de pensar, o las maneras de producir condiciones de existencia de las colectividades, haría más viable armonizar los ritmos patrimoniales con los ritmos vitales. El intento por cerrar esa ambivalencia implica ver el aporte de la Comunicación a la gestión patrimonial, y las acciones hacia y desde el visitante/comunidad/usuario; contemplando diversos sus grados de participación, con procesos sostenidos en el tiempo.

Desde esta perspectiva, la comunicación agencia cambios al interior de la gestión patrimonial, integrando a los diversos actores involucrados y propiciando la emergencia de nuevos actores, compartiendo responsabilidades en los procesos de salvaguarda, cohesionando los testimonios, las narrativas y los colectivos que develan los conflictos y problemáticas en torno a lo patrimonial y movilizan a las comunidades hacia sus posibles soluciones.

Ese capital simbólico, es el sello de poder que posee la comunidad para generar procesos de transformación y empoderamiento. Internarse en los procesos

comunicacionales de los procesos patrimoniales de la realidad comunitaria, puede generar un amplio campo de análisis que visto, en donde la sostenibilidad tendría su centro en el sujeto y no en los objetos.

## Referencias

- ADORNO, T. (1993). *On Tradition*, Telos, n. 94, pp. 75-82.
- Afropress (2017) *Agencia de Noticias Afropress* <http://www.afropress.com/quem-Somos.asp> Consultado el 5 de agosto de 2017.
- Afropress (2017b) *Agencia de Noticias Afropress* <http://www.okayafrica.com/> consultado el 5 de agosto de 2017.
- AGUILAR CRIADO, E. (1999). *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Consejería de Cultura, Junta de Andalucía.
- ARIÑO VILLARROYA, A. *La patrimonialización de la cultura y sus paradojas postmodernas*. Recuperado de: [http://www.academia.edu/1198690/La\\_patrimonializacio\\_n\\_de\\_la\\_cultura\\_y\\_sus\\_paradojas\\_postmodernas](http://www.academia.edu/1198690/La_patrimonializacio_n_de_la_cultura_y_sus_paradojas_postmodernas)
- Blogeras Negras del Brasil (2017), <http://blogueirasnegras.org/equipe/> Consultado el 5 de agosto de 2017.
- BOURDIEU, P. (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. México DF, México: Taurus.
- BOURDIEU, P. (1995) *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, España: Anagrama.
- BOURDIEU, P. Y DARBEL, A. (2003). *Por amor al arte. Los museos europeos y su público*. Barcelona, España: Paidós.
- BOURDIEU, PIERRE (2005). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, Anagrama.
- CARABALLO PERICHI, C. (2011). *El patrimonio cultural, un enfoque diverso y comprometido*. México DF, México: UNESCO.
- CHAVES, M. (2011). *La multiculturalidad estatalizada. Indígenas, afrodescendientes y configuraciones de estado*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

- CHAVES, M., HAVES, M., MONTENEGRO, M., ZAMBRANO, M. (2010) Mercado, consumo y patrimonialización cultural. *Revista Colombiana de Antropología*. Vol. 46 (núm. I) pp. 7-26.
- Corporación Yanci (2017). *Video de presentación de la Corporación Yanci*, <https://www.facebook.com/ManosVisibles/videos/1484588588296276/> Consultado el 5 de agosto de 2017.
- FLORIDA, R. (2002). *The rise of the creative class*. New York, Estados Unidos: Basic books.
- GARCÍA, CANCLINI, NÉSTOR (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- LANGFORD, R. (1983). Our Heritage – Your playground. *Australian Archaeology* (núm. 16).
- LARSEN, K. (1995). Nara Conference on Authenticity. Nara, Japan: UNESCO.
- MONTENEGRO, M. (2013). Articulaciones entre políticas económicas y políticas culturales en Colombia. El patrimonio cultural, el sector artesanal y las nuevas formas del valor y la propiedad. *Boletín de Antropología. Universidad de Antioquia*. Vol. 28 (núm. 46) pp. 35-52.
- NORTH, K. Y RIVAS R. (2008). *Gestión del conocimiento. Una guía práctica hacia la empresa inteligente*. Libros en red.
- PÉREZ SANTOS, E. (2000). *Estudios de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*. España: Ediciones Trea.
- PRATS, LL. (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona, España; Editorial Ariel.
- RIVIÈRE, G. H. (1993). *La museología. Curso de museología / Textos y testimonios*. Madrid, España: Akal.
- SCHMILCHUK, G. (1996). *Venturas y desventuras de los estudios de público*. México DF, México: Cuicuilco.
- THOMPSON, E. P. (1995). *Costumbres en común*. Barcelona, España: Crítica.
- THROSBY, D. (2001). *Economía y cultura*. Cambridge: University Press.

## CAPÍTULO 10

# CAMBIOS EN LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA LATINOAMERICANA: 14 AÑOS DEL CENTRO DE FOTOGRAFÍA DE MONTEVIDEO

ELENA FIRPI CAZES

"El olvido está lleno de memoria"  
Mario Benedetti

El Centro de Fotografía es una organización pública perteneciente a la Intendencia de Montevideo, organismo encargado de gobernar el Departamento del mismo nombre, que es la capital de la República Oriental de Uruguay. Los orígenes de esta organización y objeto de este artículo, se pueden ubicar en la segunda mitad de la década de los 90, cuando comienza a delinearse el proyecto de Archivo Fotográfico de Montevideo, un proyecto de conservación, documentación y digitalización del acervo fotográfico existente de la ciudad.

### 1. Antecedentes

El Uruguay tiene menos de tres millones y medio de habitantes y es una República democrática, presidencialista, subdividida administrativamente en 19 departamentos y sus municipios. Uno de los departamentos es Montevideo, la capital del país. Desde el año 1990, el Ayuntamiento, o como se le llama en Uruguay, la Intendencia de Montevideo, es gobernada por el partido llamado *Frente*

*Amplio*; una coalición de partidos de izquierda del Uruguay que ganara en el año 1989 por primera vez las elecciones para gobernar la capital del país. El Frente Amplio es desde entonces el partido que ha gobernado Montevideo, por seis períodos consecutivos, incluyendo el período en curso (2015 -2020). Cada período de gobierno dura cinco años y esto incluye los mandatos de los llamados Intendentes, por lo que Montevideo lleva en este 2017, veintisiete años siendo gobernada por cinco intendentes provenientes de la referida coalición (1990 – 1995, Dr. Tabaré Vázquez; 1995 – 2000, Arq. Mariano Arana; 2000 – 2005, Arq. Mariano Arana; 2005 – 2010, Ricardo Ehrlich; 2010 – 2015, Prof. Ana Olivera; 2015 – 2020, Ing. Daniel Martínez). Cabe consignar que el *Frente Amplio* ganó el gobierno nacional en el año 2005 y está en curso su tercer período de gobierno consecutivo al frente de la República.

Montevideo alberga a casi la mitad de la población del país, concentra la mayor parte de la industria y contiene la mayoría de las actividades y servicios. En la sede de la Intendencia de Montevideo, que se encuentra en el Centro de la ciudad, estaba ubicado el archivo fotográfico de la ciudad; una serie de fotos históricas de Montevideo tomadas durante las primeras décadas del Siglo XX por dos fotógrafos contratados por la Administración de la época, llamados Carlos Ángel Carmona e Isidoro Damonte. Desde la contratación de estos primeros fotógrafos municipales, a mediados de la década de 1910, hasta los años noventa, la Intendencia de Montevideo registró en forma continua imágenes de la ciudad conformando una memoria fotográfica pública de este espacio urbano, que hoy se encuentra conservada por el Centro de Fotografía.

En 1915 el gobierno municipal creó un laboratorio fotográfico dentro de la Oficina de Informaciones que se encargaría de “registrar el entorno urbano de Montevideo, especialmente sus zonas céntricas y de esparcimiento, las actividades sociales y culturales (especialmente de interés turístico, como el Carnaval), actos y obras del Gobierno Municipal” (AAVV, 2011). El objetivo general, era registrar importantes cambios que la capital experimentaba en aquellos años y tuvo como resultado la generación de aproximadamente treinta mil (30.000) fotografías.

El trabajo de estos fotógrafos fue el inicio del actual Grupo de Series Históricas (FMH) del Centro de Fotografía.

Damonte y Carmona comenzaron a tomar las fotografías que hoy nos permiten conocer –entre otros aspectos de la vida de la ciudad– las transformaciones edilicias, los diferentes medios de transporte, las costumbres y los lugares de esparcimiento, así como reproducir aquellas imágenes que consideraban “íconos” de la historia de la ciudad (por ello y, probablemente, porque los fotógrafos donaron parte de sus colecciones particulares a la administración municipal, el Fondo Histórico del Centro de Fotografía cuenta con imágenes que se remontan a 1865). También sabemos que durante las décadas de 1920 y 1930 la Intendencia contrataba fotógrafos ambulantes que registraban la vida en las playas, el Carnaval y la fiesta criolla<sup>1</sup> para las actividades de la Comisión Municipal de Fiestas de Verano y Carnaval. También compraba, ocasionalmente, colecciones de fotografías aéreas.

Uno de los principales usos de las fotografías tomadas por Damonte y Carmona era alimentar las publicaciones turísticas de la Intendencia. Estas imágenes también eran requeridas habitualmente por diplomáticos uruguayos, que las usaban para ilustrar cómo era Uruguay ante los gobiernos de los países en los cuales estaban acreditados. Este uso propagandístico explica que la mayoría de las fotografías tomadas entre 1916 y 1945, aproximadamente, muestren los lugares y actividades que servían para ilustrar la “modernidad” del país –construcción de edificios; uso de espacios de esparcimiento de las clases medias y altas; actividades deportivas; visitas de autoridades políticas extranjeras–, así como la relativa ausencia de imágenes centradas en los sectores populares, si bien aparecen representados como sujetos secundarios en muchas fotografías.

Si durante la primera mitad del siglo XX el desarrollo de la ciudad captó la mirada de los fotógrafos de la Intendencia de Montevideo, en la segunda, el acontecer político fue la temática privilegiada.

---

1. Fiesta de carácter popular que se desarrolla en el Prado, un barrio tradicional de Montevideo y que coincide anualmente con el período de Semana Santa, que en Uruguay se denomina “Semana de Turismo”.

Alrededor del noventa por ciento de las fotografías producidas son de la ciudad de Montevideo y el resto son imágenes de algunas ciudades del interior. Las zonas sur y sudeste de la capital se encuentran significativamente más representadas que los barrios ubicados al norte y al noroeste (con excepción del barrio Prado), mientras que el noreste del departamento prácticamente no está representado<sup>2</sup>.

## **2. 1996: el puntapié inicial**

Desde 1996, lo que hoy se denomina Centro de Fotografía de Montevideo (CdF) comienza a desarrollarse y delinear su institucionalidad. En la actualidad es una unidad perteneciente a la División Información y Comunicación de la Intendencia de Montevideo, que desde julio de 2015 funciona en una sede propia ubicada en el que denominamos Edificio Bazar, histórico edificio situado en la Av. 18 de Julio 885, inaugurado en 1932 y donde funcionara desde 1940 un emblemático comercio llamado Bazar Mitre.

En el 96 comienza a transitarse este camino que empieza por el rescate del archivo fotográfico generado en las primeras décadas del Siglo XX, y su puesta en valor para los ciudadanos. La desidia acumulada a través de los años, dio como resultado las pésimas condiciones en las que se encontraban las fotografías. Pero a raíz del amor de varios por la fotografía y una decisión política, se comenzó a construir desde un archivo casi muerto, la institución que hoy es el Centro de Fotografía de Montevideo.

La idea motor fue armar un Archivo Fotográfico de Montevideo, un proyecto de conservación, documentación y digitalización del acervo fotográfico de la ciudad. El primer paso fue empezar a sacarle humedad al ambiente donde estaban las fotos, unas treinta mil placas de vidrio sobre gelatina y plata. “Gelatina y plata” es como se denomina el proceso fotográfico predominante durante las primeras

---

2. Centro de Fotografía de Montevideo, documento Ficha de descripción – Grupo de Series Históricas. Área de contenido y estructura.

décadas del Siglo XX. Décadas que fueron registradas sistemáticamente por los fotógrafos mencionados anteriormente y que nos legaron hasta hoy un archivo invaluable. Rescatar esas imágenes de una muerte segura fue la primera acción que se emprendió. Después, había que empezar a digitalizar las placas de vidrio para salvaguardar la información que contenían esas imágenes irremplazables.

1997. En ese año empieza a crecer una nueva institución: el Archivo Fotográfico de Montevideo. No había en aquel entonces conocimiento acumulado acerca de cómo conservar, o cómo digitalizar fotografías de manera permanente; en definitiva, no había realmente un archivo. Había que aprenderlo todo y lo primero fue recurrir a otros que tenían ya un camino recorrido en ese terreno. Esos otros estaban fuera de Uruguay; por suerte cerca, en Brasil. El primer material de estudio y trabajo provino de la Fundación Nacional de Artes de Brasil, la Funarte, con sede en Río de Janeiro. De allí, el exiguo grupo de personas preocupadas por adquirir herramientas para la conservación del archivo existente, extrajo los primeros datos sobre qué hacer para alargar la vida de las fotografías del acervo histórico.

Se hizo a mano la mudanza de las fotografías históricas y se las puso por primera vez en un cuarto cerrado con temperatura y humedad controlada por un aire acondicionado. Como no se disponía en el momento de recursos para tener disponibles dos cuartos, el equipo humano y las fotos, tuvieron que compartir el espacio físico. Situación no recomendada a la hora de una conservación profesional de las fotografías históricas. La situación ideal para la conservación de fotografías históricas es que permanezcan en una cámara o recinto cerrado a la cual puedan acceder solo las personas idóneas en su manejo, teniendo el menor contacto posible con ellas.

### **3. Comienza su partido la comunicación**

Se había comenzado con el trabajo de conservación y digitalización y era necesario comenzar a comunicarlo. Hacerlo era también proteger este trabajo ante la

más que posible aparición de otras prioridades o necesidades para las autoridades de la época.

En aquellos años, Internet era una herramienta completamente nueva en el uso cotidiano de la Intendencia y era muy difícil tener acceso a un sitio. En este momento eran cuatro los funcionarios de este Archivo<sup>3</sup>. Algunos de ellos a través del armado de la página web, empezaron a darle difusión a la existencia del archivo y así promover la venta de otros productos o acciones relacionados con el mismo, como postales. El camino iba a ser largo y de por sí era lento.

Entre los años 1998 y 2001 se puede decir que existe una etapa de despegue a nivel de aprendizaje por parte del equipo. La Intendencia en Montevideo armaba su segundo sitio web y este fue el momento donde el Archivo Fotográfico tuvo su primera página en la red. La estética de esta web se genera a partir del trabajo gráfico hecho para un CD-ROM, (material interactivo que contenía la historia de algunas de las fotografías del archivo) y ya con una tipografía definida, se construye la primera gráfica de la organización. Mientras crecía lentamente la institucionalidad del Centro se iban sumando otros materiales de comunicación que tendían puentes con el medio, como posters.

#### **4. El 2002: año de quiebre**

Este es un año bisagra signado por la crisis económica más dura conocida en la historia del Uruguay. A finales de 2001 el presidente argentino Fernando de La Rúa abandonaba el gobierno en un helicóptero y pocos meses después los efectos de esta crisis golpeaban al Uruguay con una fuerza inusitada.

Pues es en este año tan especial que el Archivo Fotográfico de Montevideo se transforma en Centro Municipal de Fotografía y abre la primera sala de

---

3. Susana Banfi, Sandra Rodríguez, Martín Atme y Daniel Sosa, hoy director del CdF y responsable principal de todo este proceso.

exposiciones dedicada exclusivamente a la fotografía del Uruguay, en pleno centro de Montevideo, dentro de la sede de la propia Intendencia.

En ese entonces en Uruguay, aparentemente la fotografía no era un asunto de interés de nadie. No había prácticamente talleres, ni coloquios, o reflexión o crítica sobre fotografía en casi ningún ámbito. Había sí quienes estaban haciendo o dedicándose a la fotografía, por lo que resultaba necesario movilizar ese medio, crear espacios donde pudieran generarse intercambios entre ellos. Además de la novedad de una Sala exclusivamente dedicada a la fotografía, como la que se acababa de inaugurar, el Centro Municipal de Fotografía ya pretendía generar un Festival.

La Sala se logró abrir con el apoyo de la Embajada de Alemania, pero sobrevino la crisis y no se pudo terminar de equipar con las luces adecuadas que requiere una sala de exposiciones con estándares profesionales. Eso limitó su uso, pues a raíz de esta carencia el equipo se autoimpuso el criterio de no organizar exposiciones con autores invitados. Hubo que esperar hasta el 2005, cuando las condiciones económicas permitieron acceder a un equipamiento adecuado de iluminación, para poder abrir la sala a más autores. Mientras tanto solo se mostraban o exponían fotografías del archivo propio, que se iban recuperando en la cadena de trabajo de digitalización y documentación que se había iniciado años antes.

También el equipo se seguía poblando. En esta nueva etapa, que también implicó un cambio de lugar físico de los funcionarios y de las fotografías, entraron a trabajar dos investigadoras<sup>4</sup> en historia, que comenzaron a aportar a la página web, el contexto histórico de las fotografías y otros contenidos relacionados con las mismas, que enriquecían la experiencia del público interesado. Por otra parte, las fotos tenían un nuevo espacio: una nueva pequeña cámara de conservación donde esta vez quedaron aisladas del contacto con las personas y con el exterior. Se sumó un espacio de antecámara que permitía un manejo más profesional en la preparación de los materiales que entraban o salían de la cámara. Allí permanecieron hasta el año 2015.

---

4. Magdalena Broquetas e Isabel Wschebor.

**2003.** En un intento por buscar salidas a la crisis económica imperante, y con la idea básica de poder juntar a personas que se estaban dedicando a la fotografía, se creó una Feria de Fotógrafos. La iniciativa se hizo coincidir con la celebración del Día del Patrimonio<sup>5</sup> celebración que alcanza todo el territorio nacional, pero con fuerte presencia en Montevideo. Se armaron mesas en la explanada principal del Palacio Municipal (Sede de la Intendencia y del Centro de Fotografía en aquellos años). Las mesas se alquilaban para los fotógrafos a bajo costo, donde los interesados podían exponer y vender sus trabajos a los transeúntes. La propuesta implicaba generar una oportunidad y acercar a los del oficio para juntos poder hacer algo, pero con costos de crisis. Se estima que en esta primera feria (hubo más instancias similares en años venideros) se conocieron más de 50 fotógrafos entre sí. Un número que quizás resuene poco significativo si no se entiende en el contexto poblacional de una ciudad como Montevideo, de menos de un millón y medio de personas.

**2004.** A partir de la experiencia de la Feria de Fotógrafos se crea la Asociación de Amigos del Centro Municipal de Fotografía, una manera de escuchar, relacionarse y discutir con la sociedad civil acerca de las líneas de acción a desarrollar. La idea de crear esta Asociación seguía siendo dinamizar el medio, generando un espacio neutral donde discutir por ejemplo bases de llamados abiertos, contratación de recursos humanos para realizar tareas, eventos, catálogos, conseguir fondos u organizar talleres de formación en distintas áreas de la fotografía.

**2005.** En este año, el Centro de Fotografía comienza a ofrecer su espacio de exposiciones, ya debidamente acondicionado para muestras de autores invitados.

---

5. El día del patrimonio se celebró por primera vez en Uruguay en 1995, siendo una iniciativa del fallecido arquitecto José Luis Livni. Su popularidad ha crecido año tras año. En el año 2000, se estima que más de 500.000 personas participaron de las distintas actividades. En las primeras ediciones se dedicó un solo día y fue principalmente en Montevideo. Posteriormente, al irse agregando más lugares a visitar y viendo el éxito que tuvo esta iniciativa, con gran cantidad de personas que a veces hacían largas colas para poder ingresar a los sitios de su interés, las autoridades decidieron que se extendiera a dos días, sábado y domingo, aunque la celebración mantiene la denominación de Día del Patrimonio. Fuente: Wikipedia.

En la Sala de exposiciones, a su cierre en el año 2015 (coincidente con la mudanza a la Sede definitiva y actual del Centro) se presentaron ciento una (101) muestras fotográficas de las más variadas temáticas y autores, nacionales e internacionales.

También comienza a ofrecer charlas y tertulias donde se reflexiona y discuten temas cuyo centro es la fotografía. Coincidentemente con estas acciones, el Centro hace el primer llamado abierto a fotógrafos del Uruguay y se organizan las primeras Jornadas de Fotografía, un espacio académico de reflexión y análisis sobre los más diversos aspectos de la fotografía que lleva hasta la fecha once ediciones.

La primera de estas ediciones fue en el año 2005 y el tema tratado *Los archivos Fotográficos*. A dichas Jornadas, asistió enviada por la ciudad de Barcelona la especialista Silvia Domenech, quien representaba la labor del sistema de gestión documental que nace en esta ciudad y que se proyecta hacia una normativa que se desarrolla en toda España<sup>6</sup>. Empieza de esta manera a visualizarse la suma de personas e instituciones al apoyo conceptual y social del proyecto.

Las actividades desarrolladas y las necesidades de comunicación para la difusión de las mismas, crecen a la par. Esto genera la necesidad de pensar cómo gestionar el diseño de cada una de ellas para la difusión. El Centro no contaba aún con comunicadores ni con diseñadores dedicados de forma completa y cada día crecía la necesidad de hacer y planificar afiches, trípticos, cartelería de sala, lonas que anunciaban la existencia de la sala en el exterior del edificio, entre otras acciones de comunicación.

La Intendencia de Montevideo todavía no tenía un sistema integral de marca desarrollado. Por lo que el Centro de Fotografía empezó a desarrollar uno propio. Más adelante, bajo el título “La evolución de la marca” se sintetizan los cambios generados en esta materia a lo largo de los años.

---

6. <http://arxiufotografic.bcn.cat/> Archivo Municipal Contemporáneo de la ciudad de Barcelona.

## 5. Un viaje fotográfico

También en el 2005 el Centro decide emprender una acción llamada *Fotoviaje* un viaje imaginario por la fotografía y las transformaciones en la ciudad, dirigida a niños que cursan el tercer año escolar. Carlos Ángel, el fotógrafo personaje de esta acción, encarnado por un actor, conduce a los niños en ese viaje que ya lleva más de mil cuatrocientas (1.400) funciones hasta la fecha. Son doce años de *Fotoviaje*, tiempo que ha dejado huella en miles de niños que tomaron contacto -por vez primera muchos de ellos- con fotografías de carácter histórico y que reflexionaron acerca de los cambios en su propia ciudad a raíz de las mismas.

## 6. 2006 - Se diversifican las acciones de comunicación y el equipo

Ya entrados en la tercera versión del sitio web, los contenidos del mismo se diversificaban en una parte histórica y otra contemporánea, las tertulias, un catálogo de fotógrafos, entre otras sesiones. Basándonos en más experiencias provenientes del Archivo Municipal Contemporáneo de la ciudad de Barcelona, se comenzó a elaborar boletines trimestrales impresos a dos tintas, con el relevamiento de todas las actividades que se desarrollaban en esta etapa. Se repartían en la sala, en escuelas de fotografía y se llevaban al exterior cada vez que había oportunidad. La existencia y los plazos a cumplir que imponía este boletín le generó al equipo la necesidad de un mayor ordenamiento y planificación de las actividades. Por esta época ingresa al equipo el primer funcionario<sup>7</sup> específicamente destinado a una incipiente área de Comunicación que comenzaba a hacerse necesaria como tal. Internamente ya funcionaban y eran operativas las áreas de Archivo, Historia, Fotografía y Atención al Público.

En el segundo año de la Sala de exposiciones, y con la idea de dar una mayor difusión a los diferentes autores, el equipo decide armar un programa televisivo unitario con el foco en el trabajo autoral. La Intendencia cuenta desde el año 1996 con

---

7. Francisco Landro.

un canal cable llamado T.V. Ciudad, que en este momento priorizaba los programas en estudio. Esto generó cierta facilidad para producir contenidos sobre fotografía a través de este medio. Fue así que en este primer programa se generó una estructura donde el autor contaba sobre su exposición, sus trabajos anteriores y sus proyectos de futuro. Se llamaba “*CMDF expone*” y se produjo una serie de dieciocho programas<sup>8</sup>.

## 7. Un hallazgo con sentido histórico y de futuro

En el año 2006, acontece un hecho muy particular en la ciudad de Montevideo, el hallazgo del archivo de fotos de un diario llamado El Popular, órgano de prensa del Partido Comunista del Uruguay que fuera clausurado por la dictadura militar que inicia con un golpe de Estado en el año 1973 y que dura doce años. Por causa de la dictadura que comenzaba, el archivo fue escondido en un ducto del edificio donde funcionaban las oficinas de El Popular y rescatado de manera fortuita por un joven, 30 años después de haber sido ocultado por su fotógrafo, Aurelio González.

El Centro de Fotografía, a raíz de este hallazgo, además del rescate, preservación y conservación de este archivo, produjo un video<sup>9</sup>, un libro<sup>10</sup> y una muestra fotográfica<sup>11</sup> que giró por todo el país y también en el exterior.

2007. Paulatinamente el Centro comienza a profesionalizarse en todas sus áreas, sumando capas menos básicas en el área del diseño gráfico. Se incorpora al equipo otro fotógrafo<sup>12</sup> que además es diseñador gráfico, abriendo así otra ventana a las diversificaciones de productos y profesionalización de acciones.

---

8. <http://bit.ly/2vy0wJG>.

9. Trailer del video “Al pie del árbol blanco” un audiovisual producido por el Centro de Fotografía (en aquel momento Centro Municipal de Fotografía, CMDF) con la realización de Juan Álvarez, que documenta el hallazgo del archivo fotográfico del diario El popular. Ver en: <http://bit.ly/2tbFla5>.

10. “Fui testigo” de Aurelio González: <http://bit.ly/2vG5DYI>.

11. “De los años sesenta al golpe de Estado” Aurelio González / Diario El Popular: <http://bit.ly/1yUwvky>

12. Andrés Cribari.

Esta fue la tónica en el patrón de crecimiento de la institucionalidad del Centro de Fotografía. En la medida que se podía acceder a recursos humanos especializados en los diferentes temas, o recursos materiales básicos, se avanzaba, se pasaba a la siguiente capa. Nunca se hicieron las cosas a medias. De hacerlas o poder hacerlas, se hacían bien. El camino fue paso a paso y fue muy lento. Pero también avanzó de manera muy segura en cada uno de sus pasos.

En 2007 se organizó como ya esbozamos el primer Festival de Fotografía del Uruguay. Fue denominado Fotograma, tuvo su marca propia y sirvió para afianzar vínculos internos, con el medio fotográfico y con el exterior. Este festival que se realizó cada dos años hasta 2013 fue una importante salida al mundo exterior y al interior del país. Significó una gran red para conectar gente e instituciones que a su vez difunden la fotografía uruguaya fuera del país. Uruguay, más allá del CdF, estaba fuera del mundo y Fotograma fue la oportunidad que viniera gente del exterior como invitada y también a participar como usuario desde el exterior. Constituyó sin dudas una primera puerta al mundo.

También en el año 2007 fue la creación del ciclo televisivo denominado *f/22. Fotografía en profundidad*, programa co-producido con el canal público tevé Ciudad, también perteneciente a la Intendencia de Montevideo. La decisión de iniciar este ciclo se debió a la necesidad de dar a conocer a los autores uruguayos, y la difusión de la fotografía en general.

El programa contenía distintas sesiones: fotografía histórica, fotógrafos destacados, además de unas *entradas* sobre Fotoviaje, la acción dirigida a niños y relevada más arriba, que acercaba el uso de la fotografía a un público general.

En los años venideros el programa fue cambiando de formato y empezaron a convivir los contenidos de estudio, con temas que provenían de las calles. Una cámara fuera del estudio empezó a mostrar exposiciones y otras actividades y los

ciclos y el programa fueron transformándose. El último ciclo en el año 2014 fue íntegramente grabado por Skype y fue sobre fotografía latinoamericana<sup>13</sup>.

**2008.** Este es un año por demás significativo para el Centro de Fotografía, ya que se logra inaugurar otro hito dentro de la institución: la primera Fotogalería a cielo abierto de la ciudad de Montevideo. La Fotogalería se abrió en el llamado Parque Rodó, uno de los parques públicos más emblemáticos de la ciudad de Montevideo, en un lugar privilegiado de su zona costera. Consta de dos carriles de cuarenta paneles cada uno, dispuestos en forma de zigzag que portan imágenes de un metro cincuenta por un metro, de tamaño. Un sueño finalmente alcanzado que sirve para acercar la fotografía nacional y latinoamericana al público general, de manera gratuita e insertada en espacios de libre acceso de los ciudadanos. Los paneles son iluminados, lo que extiende su exposición y acceso a las veinticuatro horas del día, elevando la calidad del servicio y diversificando el uso del espacio público por parte de la ciudadanía.

Para crearla se hizo un convenio con la División Espacios Públicos, repartición de la Intendencia que gestiona los parques de la ciudad, con un sistema de guarda parques que vigilan las veinticuatro horas, todos los días del año. Gracias a esto, se obtienen hasta hoy resultados óptimos en cuanto a no vandalismo del mobiliario y respeto a las imágenes.

Hoy son cinco los espacios dedicados a las Fotogalerías abiertas en todo Montevideo. Fotogalería Parque Rodó (2008), Fotogalería Prado (2011), Fotogalería Ciudad Vieja (2012), Fotogalería Villa Dolores (2015) y Fotogalería Peñarol (2016).

También en el año 2008 se armó el primer llamado abierto a Ediciones CdF. Un llamado donde la única categoría a evaluar fue “Libro de autor uruguayo”. Hoy en cada llamado se evalúan 4 categorías diferentes, que contemplan a postulantes uruguayos y latinoamericanos.

---

13. <http://bit.ly/1csaCT3>.

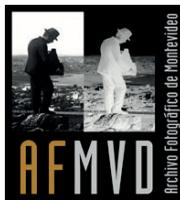
**2009.** En el 2009 se continúa organizando como todos los años las Jornadas de Fotografía (el tema del año fue “Fotografía e identidad”) y se organiza la segunda edición de Fotograma. En este año el Centro abre una página de usuario en la red social Facebook, y por primera vez entra a trabajar un nuevo funcionario que se dedica entre otras cosas al tema redes sociales<sup>14</sup>.

**2010.** En el año 2010 en el Uruguay se crea por ley el tercer nivel de gobierno: un sistema administrativo regido por municipios en todo el territorio nacional. Por tanto, la letra M que figuraba en la marca del Centro Municipal de Fotografía debía desaparecer, porque el Centro técnicamente ya no era municipal. A otros les correspondía ese nombre que ya no se podía utilizar; esto incluyó obviamente a la institución madre, la Intendencia Municipal de Montevideo.

## 8. La evolución de la marca

Repasando las diferentes etapas: primero fue AFMDV (Archivo Fotográfico de Montevideo) hasta el año 2002.

**Figura 1.**



*Autoría: Centro de Fotografía de Montevideo.*

Luego, cuando se crea el Centro junto con la inauguración de la Sala (año 2002) la marca se transforma en CMDF y su primer diseño fue “hecho en casa” por los que conformaban el exiguo equipo del momento.

---

14. Mauro Martella.

ELENA FIRPI CAZES

**Figura 2.**



*Autoría: Centro de Fotografía de Montevideo.*

En el 2005, se crea el primer CMDF hecho por un diseñador gráfico profesional.

**Figura 3.**



*Autoría: Centro de Fotografía de Montevideo.*

En el 2008, la Intendencia comienza a generar su propio sistema de marca con las consiguientes submarcas que refieren a las cientos de diferentes reparticiones que la componen. El equipo de comunicación institucional de la Intendencia genera en ese momento un nuevo diseño CMDF (versión 2) con el que el Centro de Fotografía comienza a ingresar en el sistema –utilizando una misma tipografía, por ejemplo- pero fue uno de los casos que quedó para un estudio posterior.

El Centro no tenía en aquel momento un desarrollo tan profundo para ser considerado una marca tradicional (como sí había otros casos dentro de la Intendencia) pero tampoco era uno de los casos de resolución e inclusión rápida dentro del sistema, dado que ya tenía una trayectoria recorrida en el aspecto gráfico. Esta situación intermedia, dejaba al Centro en una especie de limbo, que lo dejó apartado para un análisis posterior.

Fue así que se empezó a desarrollar una lógica de diseño que incluía las exposiciones, el sitio web, los sobres, la folletería, los afiches, se repensó la Sala, se discutió la gráfica y diseño de una línea editorial que ya estaba en marcha.

Cuando la ley de tercer nivel de gobierno obligó a cambiar la sigla del Centro Municipal de Fotografía, se aprovechó el momento para frenar este proceso, redefinir la marca y llegar a una solución definitiva. Para eso, se decidió dejar el logo como estaba pero se sumó lo que se llama una “bajada” o “colgado” que explicaba que ya no se diría Centro Municipal de Fotografía, sino Centro de Fotografía. Nació el definitivo CdF.

**Figura 4.**



*Autoría: Centro de Fotografía de Montevideo.*

Se elaboró un manual de marca que rige los criterios de tratamiento gráfico hasta hoy, y que incluye unos simbólicos corchetes en el logo marca: el enfoque de las cámaras digitales. De allí se llega a las necesarias submarcas, que eran determinadas por el crecimiento de las actividades y en algunos casos su despegue o separación de la marca madre.

**Figura 5.**



*Autoría: Centro de Fotografía de Montevideo.*

Las actividades y productos fueron ganando terreno y empezaron a desarrollar una lógica de consumo en los que los usuarios no siempre reconocen el tronco común con la institución. Hasta hoy, se puede decir, que existe ese dilema/problema comunicacional y se hacen esfuerzos permanentes para combatir esa disociación que también tuvo su lógica en desarrollarse.

Las submarcas a estas alturas, en los años 2010, 2011, 2012 son: Jornadas de Fotografía, Fotogalerías, En CMYK (un encuentro de Fotolibros), programas de T.V., las CdF Ediciones (una colección propia de libros de y sobre fotografía), etc.

Los corchetes, que emulan el visor de las cámaras digitales, son un recurso gráfico que intenta comenzar a ayudar a vincular desde el diseño, todas estas actividades con el Centro de Fotografía que en su contra, no tenía una Sede digna aún. La institución vivía y crecía cada vez más, en un espacio físico que cada día resultaba más insuficiente, junto a la sala de exposiciones en el subsuelo del edificio de la Intendencia.

**2011/2012.** Atentos al movimiento internacional que se estaba generando alrededor del Fotolibro, se organiza el primer encuentro sobre este género, llamado En CMYK, un encuentro bienal donde se discute y reflexiona sobre los distintos aspectos de este formato en expansión. La primera edición se asocia a las Jornadas, se hace en el último día de las del 2011. A partir de allí el evento se separa de las Jornadas y tiene vida propia. En junio del año 2017 acaba de ser la quinta edición de En CMYK con una asistencia de más de 150 personas: a lo largo de estos años los temas de discusión han recorrido casi todos los aspectos de la vida de un Fotolibro: la autoedición, el proceso editorial, la circulación, etc.

## **9. 2013/2014 Aprender para después enseñar**

Dos de los funcionarios del Centro<sup>15</sup> se marchan en el año 2014 a hacer una pasantía en el archivo “Manuel Tousan” de la Universidad Autónoma a México y otra pasantía en la fundación Televisa a raíz del convenio Uruguay-México de un fondo para la cultura y la ciencia.

El CdF se presentó con un proyecto y ganó el espacio. Eran cinco especialistas mexicanos para la formación de cincuenta personas de las cuales cuatro serían becadas. Dos de esas becas fueron para el CdF para cumplir con una estadía de

---

15. Gabriel García y Ana Laura Cirio.

dos meses en México. Hoy el Centro de Fotografía imparte cursos en Montevideo y en el interior del país sobre buenas prácticas para conservar fotografías y archivos históricos. Su acervo fotográfico no es el único, ni siquiera el mejor ni el más completo del país. Hay instituciones mucho más grandes y también más pequeñas que contienen el patrimonio más fantástico de fotografías del Uruguay. Pero es parte de todo este desarrollo institucional, difundir conocimiento acumulado para mejorar esos archivos desde dentro a través de personas que sepan cómo hacerlo, con herramientas disponibles en el Uruguay actual.

Hoy no se hace restauración de fotografías en Uruguay. Pero sí se puede conservar, digitalizar y documentar apropiadamente con herramientas que están en muchos casos al alcance.

**2015.** Para el CdF este es otro año clave, quizás el más importante, por lo que se logra. La institución se muda a una nueva sede en la principal avenida de Montevideo, en pleno centro de la ciudad. Un edificio que desde 1937 había sido sastrería, luego bazar, luego museo, se transforma ahora en el Edificio Sede de esta institución. Objeto de otro artículo sería contar todas las idas y venidas, los obstáculos y problemas que se presentaron en este largo y duro proceso de otorgamiento de un edificio de estas características a un Centro de Fotografía. Los acuerdos, los desacuerdos y finalmente el apoyo incondicional de la Intendente de Montevideo durante 2010-2015, Prof. Ana Olivera, hace llegar a buen puerto este proceso y el 2 de julio del año 2015, se da por inaugurada la nueva sede.

Son cuatro pisos dedicados a la fotografía, un equipo de cuarenta personas con saberes cada vez más específicos que se dividen en áreas como: investigación, fotografía, gestión, curaduría, administración, comunicación, atención al público, documentación, etc. Las fotografías tienen una nueva casa, su tercera cámara desde el año 1996 y todavía les queda un camino final por recorrer, cuando se pueda completar el proyecto final del edificio.

**2017.** Ahora ya son ocho los espacios para la exposición de fotografía: tres salas en la nueva Sede más cinco Fotogalerías por toda la ciudad; está en curso el

Festival Internacional de Fotografía Montevideo-Uruguay MUFF, continúan una vez cada dos años las Jornadas, el encuentro En CMYK, y en el mes de noviembre tendrá lugar el Primer Encuentro Internacional de Preservación de Fotografía Patrimonial con siete especialistas mundiales en conservación fotográfica.

Los desafíos son enormes, los cambios son constantes, el equipo se adapta o lo intenta todos los días. El modelo de gestión que rige el día a día del CdF se basa en la perdurabilidad de la institución más allá de los cambios políticos y de los cambios de las personas que lo presiden.

Para ello y entre otras muchas acciones, se ingresó en el año 2012 en el camino de la certificación en calidad, basado en las normas técnicas ISO 9000 de UNIT<sup>16</sup>, un conjunto de normas que se refieren a la forma de llevar a cabo la Gestión de Calidad, montando Sistemas de la Calidad y Mejora Continua en una organización. El CdF acaba de ser certificado por segunda vez (junio 2017) a través de este sistema y es desde el año 2014 la primera y única institución pública del Uruguay certificada en calidad en todos sus procesos de trabajo<sup>17</sup>.

También es de destacar que en el mes de julio de 2017 la Comisión del Patrimonio Cultural de la Nación, dependiente del Ministerio de Educación y Cultura del Uruguay (MEC) acaba de declarar Monumento Histórico Nacional al archivo de fotografías históricas conformado por imágenes del período 1865 – 1990 y generado por el municipio de Montevideo<sup>18</sup>.

No solo las fotos deben perdurar. El trabajo acumulado a lo largo de estos catorce años debe tener su continuidad más allá de las personas, porque los hombres pasan las instituciones permanecen, la vida sigue y la fotografía va...

---

16. Instituto Uruguayo de Normas Técnicas.

17. En el año 2014 el CdF se convirtió en la primera institución cultural pública del Uruguay en obtener un certificado de calidad en todos sus procesos de trabajo. Esta certificación inicial, se obtuvo a través de la Norma ISO 9001 del año 2008. Hoy, habiendo tomado la decisión de no re-certificar sino trabajar para la obtención de este título a través de la norma vigente, UNIT - Instituto Uruguayo de Normas Técnicas le otorgó al CdF la certificación en todos sus procesos de trabajo según la nueva Norma ISO 9001: 2015.

18. <http://bit.ly/2uNjb8i>.

## 10. Conclusiones

El desarrollo de la fotografía hacia principios del siglo XX derivó en un proceso fotográfico llamado “Gelatina y Plata”, procedimiento bajo el cual la Intendencia de Montevideo conservó la mayoría de las 30.000 placas que hoy conforman la base del Fondo Histórico Municipal (FMH) y que fueron tomadas coincidentemente en las primeras décadas del siglo pasado.

La conjunción entre personas con una profunda convicción sobre la necesidad de rescatar la memoria colectiva sintetizada en un cuerpo de imágenes históricas, y la decisión política de respaldar esta idea motora, es la base excluyente del proceso que llevó a la concreción del Centro de Fotografía tal como lo conocemos en la actualidad.

El camino lento y largo, llevado adelante por los principales responsables de este proyecto, que desarrolló una modalidad de incursionar en los diferentes temas, sólo cuando estos pudieran resolverse de manera profesional y duradera, contribuyó a generar una institucionalidad sólida, respetada y prestigiosa a nivel interno y externo. Esta impronta es hoy su mejor escudo ante posibles cambios coyunturales o inestabilidades propias del sistema político en el que se está inserto.

Sin el contacto del equipo humano primigenio, con las personas e instituciones que detentaban el conocimiento acerca del quehacer de un archivo fotográfico, y que se encontraban fuera de fronteras, el proyecto tal como lo conocemos hoy no hubiera sido posible.

La red de contactos internacionales, principalmente latinoamericanos, tejida desde los inicios de la institución y en desarrollo permanente, es un factor clave para el crecimiento de la organización y su inserción en el contexto internacional. Una actitud abierta a escuchar y aprender sobre criterios, tendencias, innovaciones tecnológicas tanto en el tema archivístico como en otros campos del conocimiento de la fotografía, forman parte de la impronta, esencia y fortaleza de la organización.

La comunicación desde los inicios de la organización genera una dinámica ordenadora que exige una más rigurosa planificación interna de las actividades con el objetivo de cumplir plazos de salida de materiales varios.

Durante la crisis económica más reciente y dura conocida en el Uruguay, se encontró un motor de salida en la creatividad y la comunicación fue el tamiz que permitió la concreción de varias acciones tomadas a tiempo.

La comunicación y sus constantes cambios, sobre todo a nivel tecnológico, jugó un rol de acompañamiento en el crecimiento y la diversificación de las actividades del Centro a través de sus catorce años.

La instalación definitiva de internet en la vida institucional, así como el advenimiento de las redes sociales durante este período son factores que suman en el desarrollo de la organización y su inserción en el medio local e internacional. La perspectiva de avance y las posibilidades de intercambio que genera la tecnología actual y el acceso a la misma, abren caminos y oportunidades que es necesario gestionar de manera creativa, con los recursos humanos y materiales con los que se cuenta.

La posibilidad de desarrollar acciones en el medio audiovisual, ya sean productos unitarios, o ciclos de televisión, fueron factores aglutinantes y de despegue de la organización. Hoy, las transmisiones en vivo de buena parte de las actividades y el uso de las herramientas disponibles a nivel tecnológico en este medio, le abren al Centro posibilidades ilimitadas de llegada e intercambio con variados públicos.

La voluntad de generar desde el principio nuevos públicos para la reflexión acerca de la fotografía, termina siendo clave en el desarrollo del Centro y para su futuro. El CdF, debido a sus posibilidades edilicias y de posicionamiento social, es hoy capaz de proponer cada vez más acciones dirigidas al público general y ser exitoso en la respuesta generada.

El proyecto se construyó a través de un claro y firme liderazgo personal de su actual director, lo cual le da una solidez duradera. Ese liderazgo se basa en la

construcción colectiva de los criterios y acciones a seguir, lo que genera una apropiación y una motivación alta en el equipo humano que lleva adelante el CdF.

El intensivo uso de herramientas internas de gestión basadas en la Gestión de Calidad, nivela y empareja el desempeño de un equipo humano que ha crecido en número y en especialización. Se protocolarizan procesos de trabajo, con el objetivo de priorizar el fluido funcionamiento general y que este trascienda las voluntades o errores particulares.

Sin tener el mejor o más extenso archivo fotográfico en el país, el CdF es pionero en la enseñanza de la conservación, digitalización, documentación y puesta en acceso de la fotografía, dirigida a instituciones y personas en el Uruguay.

El crecimiento sostenido a lo largo del tiempo que muestra el Área de Comunicación en cuanto a la diversificación y especialización de sus recursos humanos, denota el espacio que ha ido ganando y cómo se ha acompasado esta materia en el desarrollo de la institución toda.

## Referencias

- AA.VV. (2011). *Fotografía en Uruguay. Historia y usos sociales, 1840 -1930*. Montevideo: CdF Ediciones, Montevideo.
- FIRPI, E. (1999). *Municipio y Comunicación. Aplicación al caso de Montevideo*. Tesis de Maestría “El espacio Iberoamericano: creación audiovisual, contenidos y propuestas” Montevideo.

## CAPÍTULO 11

# TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y MIGRACIÓN EN EL NUEVO ESPACIO AUDIOVISUAL: ESTUDIO DE CUATRO COMUNIDADES DEL SUR DEL ECUADOR

MARÍA EUGENIA ESTRELLA TORAL\*

### 1. Introducción

La sociedad contemporánea está marcada por el deslumbrante –nunca homogéneo– desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), que son aquellas herramientas mediante las que se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores (CEPAL, 2003, pág. 12). Con oportunidad del VII Censo de Población y VI de Vivienda (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010) Ecuador incluyó, por primera vez, en la boleta censal cuatro preguntas sobre TIC, referidas a acceso y uso de celular, computador e Internet, cuyos resultados nos ofrecen datos e indicadores que dan cuenta de nuestra realidad en esta materia. Por otra parte, el Grupo de Investigación en Población y Desarrollo Local Sustentable –PYDLOS– del Departamento Espacio y Población de la Universidad de Cuenca concretó, una alianza con el Programa de Migración Latinoamericana –LAMP– de las Universidades de Princeton y Guadalajara (Massey & Durand, s.f.). En este marco, a

\* María Eugenia Estrella Toral Grupo de Investigación PYDLOS, Departamento de Espacio y Población, Universidad de Cuenca.

través del proyecto “Implicaciones demográficas, económicas y comunicacionales de la crisis actual en las familias transnacionales” se recabó información, en cuatro comunidades de las provincias de Azuay y Loja, al sur del Ecuador, referida a las relaciones familiares -que se generan o se potencian gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías- a través de analizar el acceso, uso, frecuencia, tipo de información y vínculos que los migrantes ecuatorianos y sus familiares no migrantes, obtienen de las TIC como herramientas alternativas de comunicación, es decir como elementos que les permita seguir actuando como tales. El presente artículo inicia con la contextualización de las migraciones, centrándose en el caso ecuatoriano, continúa con un abordaje a la familia y familia transnacional y un acercamiento a las intersecciones entre migraciones transnacionales y tecnologías de la información y comunicación; avanza con la explicación a detalle de la metodología aplicada para luego exponer los resultados obtenidos de la indagación de la incidencia de las TIC en la familia transnacional como unidad de análisis y concluir con la discusión de rigor.

## **2. Contexto de las migraciones**

Los grandes desplazamientos humanos jugaron un papel fundamental, para el crecimiento industrial de los países llamados desarrollados y de forma particular de los centros urbanos de los países latinoamericanos, impulsados por la dinámica modernizadora de fines del siglo XIX y comienzos del XX. No obstante, la situación contemporánea resulta paradójica, puesto que, en un mundo más interconectado que nunca -por la globalización tecnológica y los medios de comunicación- y donde los flujos financieros y de comercio se liberalizan, traspasan fronteras, provocando dinamismos económicos y productivos nunca antes vistos, la movilidad de las personas, en cambio, se enfrenta a fuertes barreras que la restringen; la migración internacional actualmente parece estar excluida del nuevo proceso de globalización. Las dificultades que vive la migración internacional en este momento histórico en el que Contreras, citando a Castells, indica que “se propician los intercambios en tiempo real —y para cuyo efecto se derriban las barreras que inhiben la circulación de bienes e ideas— revelan las asimetrías de

una globalización que incluye individuos, poblaciones, países y regiones, y que al mismo tiempo excluye a otros tantos” (Contreras, 2005, pág. 5).

En el Ecuador, la emigración internacional también acompañó los cambios demográficos de la segunda mitad del siglo XX: las series históricas de los censos en Estados Unidos y España dan cuenta de ecuatorianos residentes en esos países desde la década de los años treinta. Sin embargo, a partir de 1960 empiezan a conocerse flujos más importantes con destino a Venezuela, Estados Unidos, Canadá y algunos países de Europa como España. La migración internacional, inicialmente, se caracterizó por ser un fenómeno regional, concentrado en el austro del país y a partir de la dinamización de las redes migratorias se fue profundizando y ampliando espacialmente en las décadas posteriores. A decir de Alexandra Serrano:

*El fenómeno migratorio ecuatoriano hasta fines de los años noventa estuvo principalmente concentrado en las provincias del Azuay y Cañar, al sur del país, y tuvo como principal destino los Estados Unidos. El origen de este movimiento se registra en los años cincuenta, en criterio de algunos, debido a la crisis de la exportación de los sombreros de paja toquilla, una de las principales actividades productivas de la zona (Serrano, 2008, pág. 24).*

En el año 1999 la situación cambia drásticamente con la grave crisis financiera que enfrentó el país, cuyos antecedentes incluyen el desastre natural de El Niño en los años de 1997 y 1998, la caída del precio mundial del petróleo durante 1998 y el débil manejo fiscal y monetario. A principios de 1999, el agotamiento de la reserva monetaria y un fuerte aumento del déficit fiscal condujeron a la devaluación del sucre, moneda oficial hasta ese momento, y la posterior dolarización del país. El sistema financiero nacional fue afectado por el cierre o transferencia al Estado de más de la mitad de los principales bancos, la crisis bancaria generalizada incide en una crisis económica de enormes proporciones; el aumento de la pobreza es el principal costo social que vivió el país sumado al crecimiento del desempleo y el subempleo en estos años, provocando una masiva migración internacional. La creciente demanda de fuerza de trabajo en los países del norte,

a más de las dramáticas condiciones internas descritas incentivó lo que se denominó la “estampida migratoria ecuatoriana” (Ramírez & Ramírez, 2005).

A este panorama migratorio se debe añadir la crisis mundial que se inició hacia el 2007 en los Estados Unidos con el colapso del sistema inmobiliario y alcanzó una alta incidencia en su sistema financiero y se diseminó a Europa, principalmente a Grecia, Portugal, Irlanda y España, que involucró una

*[...] cuádruple convergencia -el cambio climático antrópicamente inducido, la utilización de energía barata con efectos dramáticos en la sociedad, la disminución de los recursos naturales y la burbuja especulativa- que afecta no solo a los países en desarrollo sino a los mismos países catalogados como desarrollados (Max-Neef, 2010).*

### **3. Familia y familia transnacional**

La familia aparece como una institución estable e inmutable, pero existen evidencias de la profunda transformación que está atravesando en cuanto construcción social. En este sentido, ha constituido un tema central en las investigaciones de las ciencias sociales, que alcanza un desarrollo teórico y metodológico importante desde varios enfoques y abordajes disciplinarios, que van desde la demografía formal hasta la sociología y la antropología, planteándose que la familia presenta una realidad compleja y multidimensional que trasciende al individuo y la generación. Por ejemplo, para (Tuirán, 2001, pág. 27) el término ‘familia’ “en su sentido más restringido se refiere al núcleo familiar elemental, en su sentido más amplio, el término designa el grupo de individuos vinculados entre sí por lazos consanguíneos, consensuales o jurídicos, que constituyen complejas redes de parentesco actualizadas de manera episódica a través del intercambio, la cooperación y la solidaridad”. Como todo fenómeno social, responde a un contexto histórico y a factores socioeconómicos, culturales, étnicos y políticos, que configuran una diversidad de tipos, no un modelo único de familia conyugal, destacado por la teoría clásica; por lo que es necesario revisar este concepto y ampliarlo

para incorporar la “pluralidad de formas familiares” (Ariza & Oliveira, 2001, pág. 26) que coexisten en la actualidad.

Desde el punto de vista censal (el hogar) está constituido por una o varias personas, que no necesariamente tienen relación de parentesco, duermen en la misma vivienda, cocinan sus alimentos en forma conjunta y comparten un mismo gasto para la comida, es decir se alimentan de una olla común. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Anda, 2013), en este caso se resalta el hecho de la cohabitación como factor indispensable, desconociendo otros arreglos familiares como la familia transnacional que a criterio de (Brycesson & Vuorela, 2002) es aquella familia cuyos miembros viven algo o la mayor parte del tiempo separados [físicamente] los unos de los otros y que son capaces de crear vínculos que permiten que sus miembros se sientan parte de una unidad y perciban su bienestar desde una dimensión colectiva, a pesar de la distancia física. En otras palabras, según autores como (Levitt & Schiller, 2004, pág. 73) “el uso de una óptica transnacional, revela la naturaleza cambiante de la familia como unidad socioeconómica estratégica; los lazos familiares son modificados y vueltos a transformar en el tiempo y en el espacio” pues el escenario de la emigración internacional reconfigura de manera significativa la familia como espacio de reproducción social. En la investigación, se definió como familia transnacional a la unidad nuclear con al menos un miembro migrante internacional, que puede ser padre, madre, hijos o hijas; este concepto permite superar el nacionalismo epistemológico y aquí la coresidencia como criterio que delimita a la familia pierde importancia (Ariza & Oliveira, 2008), dentro de los elementos que la caracterizan. Entonces, el transnacionalismo sería el conjunto de actividades creadas por los migrantes transnacionales que les permiten vivir de forma simultánea en dos comunidades diferenciadas, mediante una interacción cotidiana de vínculos entre origen y destino que posibilitan construir campos sociales por los que fluyen relaciones de toda índole. Transmigrantes serían los inmigrantes que cotidianamente viven dependiendo de las múltiples y constantes interconexiones a través de las fronteras nacionales y cuyas identidades se configuran en relación con más de una nación Estado (Blanco, 2007, p. 19).

#### 4. Migraciones transnacionales y tecnologías de la información y comunicación

En el contexto de la comunicación, el enfoque teórico referido a migraciones que más se ajusta es el de la *Teoría de las Redes*, la misma señala que “los migrantes van creando en las sociedades receptoras un conjunto de lazos con amistades y parientes que hace que se establezca un flujo migratorio sucesivo indefinidamente” (Herrera, 2006, pág. 191), en este marco debemos mencionar el concepto de capital social, definido por Bourdieu como “la suma de los recursos actuales y virtuales que le resultan disponible a un individuo o a un grupo por poseer una red duradera de relaciones de mutua vinculación recíproca con otros y de mutuo reconocimiento” (Arnaud, pág. 3). Asimismo, de acuerdo con Thompson (1995), citado por Benítez “Hay tres niveles básicos de interacción comunicativa: interacción cara a cara (copresencia), interacciones mediadas e interacciones cuasi mediadas”. La comunicación mediada:

*puede abarcar tanto la recepción de algunos medios de comunicación transnacional como el uso de las TIC (programa de radio y televisión para la diáspora, sitios de Internet de grupos migrantes del mismo país o ciudad, y otras tecnologías de comunicación como: teléfono celular, videos producidos en casa o video cartas, videoconferencias entre otros... (Benítez, 2011, pág. 38).*

El siguiente relato ejemplifica dos casos de comunicación mediada, quizá la más común entre miembros de una familia transnacional.

*Cuando hace 35 años mi padre era becario en una maestría en España, esperábamos ansiosos tener noticias suyas, conocíamos las primicias mediante una carta que llegaba mensualmente y a través de llamadas telefónicas esporádicas y costosas. Sin embargo, aunque podíamos escuchar su voz y acceder a una que otra noticia, nunca pudimos ver su rostro hasta su regreso, la información llegaba a veces con retraso y no contábamos con detalles de lo que estaba viviendo, como es obvio él tampoco sabía mucho de nosotros, su familia. Ahora mis padres y mi hermana menor son parte de una familia transnacional, con rasgos absolutamente diferentes:*

*se comunican a diario –algunas veces más de una vez al día, si un hecho lo amerita el diálogo es inmediato, se miran, se contemplan, la ausencia se relativiza... (Estrella, 2011).*

En consecuencia, sería la comunicación de símbolos- mediante las nuevas tecnologías- lo que está cambiando la forma de relacionarse de las personas, al acortar espacio y tiempo, y permitir la conformación de comunidades virtuales que se constituyen en torno a valores y proyectos de sus miembros que mantienen relaciones a pesar de las limitaciones de la ausencia física. En cualquiera de los casos, la comunicación posibilita mantener lazos familiares y sociales -aunque las herramientas, los medios y sus características han variado-. Hacemos hincapié en el hecho de que el contacto físico ya no es el único elemento que consolida lazos personales, sino que las relaciones se han ido adecuando al desarrollo tecnológico para conformar un contacto virtual, que se asienta en las redes existentes. De forma similar, “uno de los principales planteamientos del enfoque que desarrolla el estudio de la cibercultura establece que tanto las comunidades virtuales como sus productos simbólicos no existen en un mundo diferente, sino que se sitúan en el contexto de las geografías políticas y culturales de la realidad social”; para construir un objeto de estudio social en el campo de las tecnologías de información, José Luis Campos cita a Michael Menser y Stanley Aronowitz quienes distinguen (1996: 31) tres nociones metodológicas para la localización y el cuestionamiento de lo tecnológico:

- 1. Ontológica: ligada a lo que en esencia es la tecnología. Los autores proponen una teoría de la complejidad en la que la tecnología, la ciencia y la cultura se mezclan en un continuo, de modo que todos los objetos son, en grados variables, el resultado de las tres.*
- 2. Pragmática: lo que hacen las tecnologías como servomecanismos; y,*
- 3. Fenomenológica: cómo afectan las tecnologías a nuestra experiencia en aspectos que no se limiten a las cuestiones de la función, sino a las de la situación (Campos, 2002).*

Fue esta última noción, la fenomenológica, la que nos permitió reconocer el papel y la importancia de las nuevas tecnologías en las formas de comunicación entre miembros de familias migrantes, y advertir que la separación geográfica es atenuada por el acceso tecnológico que posibilita nuevos hábitos y costumbres comunicativas. Desde este enfoque -sobre las relaciones entre seres humanos que se encuentran unidos a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación, en el que el acceso a ellas es un elemento central- es necesario orientar nuestra comprensión: el lugar de la tecnología en los asuntos humanos. En otras palabras debemos indagar cómo -aunque los miembros de las familias transnacionales se encuentran separados físicamente- los lazos que los unen serían lo suficientemente fuertes como para reinventar nuevas formas de comunicación, que les permiten sentirse unidos afectivamente y en los cuales el rol de las TIC es un aporte significativo y está “trayendo a discusión un régimen de tecno-socialidad” (Escobar, 2005, pág. 5), de ahí que, como lo señalan (Parella, Cavalcanti, & Solé, 2007, pág. 19) “uno de los tipos de práctica transnacional más relevante, con mayores repercusiones en las vidas de los migrantes y sus familias, son las comunicaciones desde la distancia. La posibilidad de establecer contacto en tiempo real transforma la vida cotidiana de los inmigrantes y sus familias”, ya en 1997 Castells, citado por (Solé & Parella, pág. 1) señala que:

*es sabido que el final del siglo XX y el inicio del XXI se han caracterizado por la intensidad de los movimientos migratorios internacionales lo que ha comportado cambios en las pautas de residencia y de trabajo de miles de personas a través de las fronteras de los estados-nación en un contexto de globalización y de rápida proliferación y utilización de las nuevas tecnologías de comunicación y del transporte (Castells, 1997).*

De otra parte, Martín Barbero (1998) citado por (Benítez, 2011, pág. 43) propone que el análisis de las tecnologías debe distinguir dos cuestiones fundamentales: la tecnicidad y las ritualidades. Más allá del tema de interconexión en infraestructura tecnológica es necesario revisar cómo la gente utiliza estos medios, cómo lee, escucha, habla, chatea, envía mensajes, etc. Finalmente, en referencia al ámbito económico, según Gloria Pérez Serrano y Ma. Luisa Sarrate Capdevilla

la crisis iniciada en 2007 no parece haber frenado el incremento de la utilización de las TIC (Pérez Serrano & Sarrate Capdevilla M<sup>a</sup>, 2011, pág. 239) pero sí pudo haber modificado las pautas comunicacionales entre las familias transnacionales, al enfrentar a sus miembros a situaciones difíciles tanto en origen y destino que los llevaron a repensar sus estrategias familiares.

## 5. Metodología

En las ciencias sociales existe una discusión de algunos años atrás sobre la cientificidad de los paradigmas explicativos versus los interpretativos que se materializan en las metodologías cuantitativas y cualitativas respectivamente, varias investigaciones han propuesto su complementariedad, superando el enfoque de la supremacía de una de las dos. La metodología cuantitativa permite indagar las características generales de los fenómenos y en lo cualitativo se evidencian las diferencias en poblaciones consideradas homogéneas y las lógicas internas que presentan los procesos. A partir de los años 90, del siglo pasado, varios científicos han ido más allá en el uso de estas metodologías hacia la propuesta de una metodología mixta en que a partir de la interacción “de un análisis cualitativo surgen preguntas de investigación para un enfoque cuantitativo y viceversa. Finalmente, esta propuesta del ‘continuum interactivo’ tiene como objetivo general que ‘cada enfoque añada y contribuya al conocimiento al ir construyendo sobre la información derivada desde el otro enfoque’” (Pacheco & Blanco, 2002, pág. 490).

Como lo habíamos señalado, PYDLOS -de la Universidad de Cuenca- concretó una alianza con el Programa de Migración Latinoamericana –LAMP- de las Universidades de Princeton y Guadalajara; en este marco, se aplicó la metodología diseñada por este grupo, se utilizó la “etnoencuesta” o encuesta etnográfica, que combina las técnicas del trabajo de campo antropológico y los métodos de muestreo por encuesta, para obtener información tanto cualitativa como cuantitativa y recopilar información de origen y destino que permite la comprensión del transnacionalismo en el fenómeno migratorio. El cuestionario utilizado sigue un formato semi estructurado para poder lograr una entrevista flexible, discreta y

confiable. Esto permite al entrevistador decidir a discreción cuándo y cómo realizar las preguntas. Al mismo tiempo, el cuestionario requiere que información idéntica sea recabada para todos los entrevistados. Los conceptos del cuestionario se corroboran con informantes locales para asegurar su validez y también se realizan estudios a nivel de comunidad para proporcionar una base independiente de la información cualitativa. El cuestionario LAMP (LAMP, 2015) fue adaptado de acuerdo con los objetivos, los componentes y los requerimientos de información del proyecto de investigación, se incorporaron a la boleta preguntas referidas a tecnologías de información y comunicación; además se adecuó al contexto y lenguaje ecuatoriano para captar las características propias del país.

La selección de comunidades, la construcción y validación del cuestionario, la aplicación, supervisión, crítica de las boletas y análisis de los datos se realizó con absoluto rigor con el fin de garantizar la validez de la información. Debemos señalar que las boletas se enviaron a la Universidad de Guadalajara para ser digitalizadas y de ahí a la Universidad de Princeton donde la información se sujetó a una serie extensiva de revisiones y validaciones para verificar la coherencia.

La metodología del (LAMP, 2015) cuenta con niveles altos de representatividad a nivel de comunidad, en algunos casos, como en las poblaciones menores, se logra entrevistar a la totalidad de las unidades domésticas. Dado que se entrevistan a hogares en general, es importante tener una muestra muy amplia, para poder captar un número significativo de migrantes. Los métodos tradicionales de muestreo podrían sugerir que sólo es necesario hacer 20 entrevistas en una localidad, para que la muestra sea representativa, mientras que nosotros realizamos 100 entrevistas en cada comunidad. Lo que pasa en realidad es que, si se hacen 20 entrevistas, se capta, en el mejor de los casos, un 30% de hogares con experiencia migratoria, lo que da como resultado 6 casos. Con la metodología del MMP obtenemos 30 casos y esto permite hacer cierto tipo de generalizaciones y llegar a ciertas conclusiones (Massey & Durand, s.f.). El equipo de PYDLOS recibió capacitación de los investigadores del proyecto LAMP en el manejo de la boleta, el uso de la guía del encuestador, el sorteo, el procedimiento para el levantamiento de la encuesta, la supervisión del proceso y el procesamiento estadístico de la base

de datos LAMP en formato SPSS. Con la finalidad de verificar la validez de la boleta, el grado de comprensión y fluidez del cuestionario y evitar errores de comunicación entre entrevistador e informante, cada uno de los miembros del equipo aplicó varias encuestas como prueba piloto, luego de lo cual fue necesario realizar ajustes mínimos a la boleta.

## **6. Selección de comunidades**

En consideración a que el área de interés geográfico del proyecto fueron zonas con alta densidad migratoria se concentró la investigación en la Región Sur del Ecuador, en las provincias de Azuay y Loja que poseen patrones migratorios diferentes -sobre todo si tomamos en cuenta el tema de destinos y feminización-. Se seleccionó comunidades pertenecientes a estas dos provincias con base en la información demográfica del VII Censo de Población y VI de Vivienda, realizado en noviembre de 2010 y de manera complementaria con el uso de métodos antropológicos. Se hicieron recorridos de área en los que se realizó la observación de viviendas, registro de sistemas de mensajería, envíos de remesas, cabinas telefónicas y cyber cafés y la indagación a través de conversaciones informales con los habitantes del lugar, se tomó en cuenta temas como seguridad para el equipo de trabajo y disponibilidad de los informantes para colaborar en el proyecto, pues hay algunos lugares donde existe saturación de proyectos y aplicación de encuestas. Finalmente, para cumplir con el criterio LAMP, se decidió delimitar el extenso tamaño de las parroquias urbanas por zonas que cumplan con la condición de tener entre 800 y 1200 viviendas para de ellas seleccionar una muestra aleatoria de 200 unidades domésticas entrevistadas. En el área rural no fue necesaria la delimitación por zonas, pues el número de viviendas por localidad se cumplía directamente.

## **7. Levantamiento predial y sorteo aleatorio**

Seleccionado el sitio, el equipo realizó un levantamiento predial, a nivel de manzana (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010, pág. 11), con base en la

cartografía INEC. Se numeró la totalidad de predios con excepción de lotes o sitios vacíos y se procedió a realizar un primer sorteo aleatorio. Situaciones como: viviendas vacías, habitadas por extranjeros o dedicadas a negocios, rechazo del informante o inexistencia de la vivienda, imposibilitaron cumplir con las 200 encuestas previstas, lo que llevó a efectuar un segundo sorteo aleatorio y se seleccionaron los cien siguientes números en probabilidad. Luego del sorteo, se dividió la carga de trabajo a 20 encuestas por investigador. Debemos recalcar que el equipo del proyecto se encargó del levantamiento de información con el propósito de obtener información de primera mano. Además de cumplimentar las encuestas los investigadores tuvieron la responsabilidad de clasificar y codificar la información referente a ocupaciones laborales. Para que el trabajo en las comunidades sea más fluido se realizaron acercamientos a los líderes políticos y religiosos de cada uno de los sitios escogidos, ellos apoyaron con la difusión del proyecto y sus objetivos. Paralelamente, antes, durante y después del levantamiento de información, se realizó un seguimiento al trabajo por parte de la supervisión. La información cuantitativa resultante fue organizada en una base de datos con seis archivos principales: PERS, MIG, HOUSE, LIFE, SPOUSE, COMMUN.

En cuanto a la validez de los datos, Jorge Durand, investigador del Departamento de Estudios sobre Movimientos Sociales de la Universidad de Guadalajara y co-Director del equipo LAMP en entrevista realizada en PYDLOS en febrero de 2012 afirmó que:

*Una de las críticas que se hace al proyecto es que somos muy locales, y sí lo somos, las muestras no pretenden ser más que locales, pero cuando nosotros comparamos los datos nacionales y las características generales, son muy similares a lo que nosotros tenemos a nivel local. Lo que evidencia que la metodología del proyecto de investigación, es aplicable a nivel local y que se puede avanzar de manera sistemática, para finalmente ampliar a niveles macros. ¿Para qué hacerla a nivel nacional?, para esto está el censo, está el INEC, o las grandes instituciones; y los resultados no distan de los que nosotros sacamos a nivel más micro (Durand, 2012).*

Las bases de datos del LAMP proveen ponderadores específicos para cada comunidad y muestra: cada comunidad tendrá un ponderador para todos los hogares de la muestra en el país donde se realiza la investigación por ello, se puede inferir la muestra al universo. Lo anterior efectivamente se demuestra si comparamos el perfil migratorio obtenido con la encuesta LAMP y el obtenido con información censal de 2010; según los datos del censo el 60.8% de hombres, pertenecientes a las cuatro parroquias de estudio, son migrantes. Según la encuesta LAMP, serían 61.9%. El 39.11% de mujeres son migrantes, según el censo y 38.1%, lo son según la encuesta LAMP, igualmente en las cuatro comunidades.

Los indicadores sobre densidad migratoria se calcularon a nivel de parroquia urbana- rural y de zonas, utilizando la herramienta REDATAM. Este es un software libre que permite crear y procesar bases de datos jerárquicas a partir de censos, encuestas, estadísticas vitales y otras fuentes de datos, para análisis local, regional y nacional, y a la vez, producir mapas temáticos y gráficos), originalmente lanzado, por la CELADE, como Redatam+G4 (R+G4), pero bautizado como Redatam+SP en homenaje a su creador Serge Poulard, fallecido el 1 de diciembre de 2003.

## **8. Resultados**

En esta sección exponemos los resultados del uso de las TIC como herramientas de comunicación entre familias migrantes; los datos evidencian que las familias ecuatorianas -con miembros migrantes- también tienen mayor acceso a las TIC, la comunicación es permanente entre miembros de familias transnacionales, ésta se realiza desde el hogar y son los lazos familiares los que determinan su frecuencia, así mismo, los asuntos familiares son el principal tema de comunicación, no el tema económico o envío de remesas; se revela además que la telefonía celular es el principal medio de comunicación, no el Internet.

En Ecuador, a nivel nacional, las familias migrantes tienen mayor acceso a la tecnología desde sus viviendas. Los datos de la investigación confirman las cifras

del censo 2010. Según el censo, a nivel nacional, el acceso a telefonía celular sube de 76,18% al 84,35%, en el caso de familias con migrantes (Anexo Tabla 1). Si revisamos la misma información para la zona de estudio, obtenemos datos muy similares, el promedio de acceso se incrementa de 77,14% al 83,29%. Según los datos de la encuesta LAMP el promedio de hogares no migrantes con acceso a celular llega al 84,89% y sube al 94,8% en familias migrantes. En el caso de acceso a computador e Internet también crecen representativamente los niveles entre familias no migrantes y con miembros migrantes según el censo a nivel nacional, lo que coincide con los datos de la encuesta LAMP. El promedio de hogares no migrantes del área de estudio según el censo 2010, tiene acceso a computador en un 37,66% y sube a 44,23% en hogares migrantes; los datos de la LAMP reflejan también un incremento, pero con cifras bastante mayores de 49,69%; se incrementa al 66,25%. Los datos del censo 2010, referidos al acceso a Internet van del 13,96% en hogares no migrantes al 15,90% en hogares migrantes y según la LAMP del 30,79% al 49,58%. El acceso a las TIC –celular, computador e Internet- evidencia significativas diferencias si consideramos las áreas urbanas o rurales (Anexo Tabla 2); lo mismo ocurre si planteamos la frecuencia de uso, para el año 2012, según la mencionada encuesta, en el caso de familias migrantes de las cuatro comunidades estudiadas, también es mayor con referencia a familias no migrantes.

La comunicación entre miembros de familias transnacionales de las cuatro comunidades de estudio, es reveladora, la mayoría de migrantes tiene comunicación a diario o al menos una vez a la semana con sus familias, todos los encuestados declararon mantener comunicación. Más del 45% de encuestados se comunica al menos una vez a la semana, sin importar el nivel socioeconómico. Las familias que más se comunican a diario pertenecen al nivel socioeconómico bajo 50%, seguidas por las de nivel medio 33,3% y finalmente las de nivel alto 16,7% (Anexo Tabla 3).

De las personas encuestadas en las cuatro comunidades, el uso de celular se realizó en primer lugar desde las viviendas propias, seguido por quien lo usa para comunicarse con sus familiares desde el trabajo, también lo usan desde una institución de estudio y en un centro de acceso público sin costo, pero nadie utilizó

un celular desde un cibercafé. En cuanto al lugar de uso de computador e Internet el comportamiento varía, la vivienda sigue siendo el primer sitio desde donde se comunican, pero son los cibercentro, cibercafé o telecentro los espacios utilizados en segundo lugar.

Quienes más se comunican son padres e hijos en un 34,7%, le sigue la comunicación con la pareja con 18,4%, con los hermanos el 9,2%, con suegros/yernos o nueras un 1% (Anexo Tabla 4).

El tema de comunicación tiene íntima relación con los lazos que se mantienen entre miembros de familias transnacionales. El 56,6% de las familias que tienen miembros en Estados Unidos se comunican por asuntos familiares, frente a un 48,6% de familias con miembros en España. La segunda causa de comunicación, coincidente en los dos países de destino, está dada por las necesidades emotivas, 11,3% con miembros en Estados Unidos y 18,9% en España. En términos generales, los temas relacionados con el envío de remesas, el trabajo o las decisiones económicas son la tercera causa de comunicación, con cifras muy por debajo de las anteriores (Anexo Tabla 5).

El correo postal dejó de ser un medio utilizado por las familias transnacionales, no así el teléfono fijo que tiene el mayor porcentaje de uso, seguido por el celular, es la telefonía fija o móvil el medio por el que se realizan casi el 84% de las comunicaciones; menos del 10% utiliza el Internet a través de sus distintas herramientas: correo electrónico, llamadas o chat, entre ecuatorianos todavía no es la herramienta más utilizada para comunicarse (Anexo Tabla 6).

## 9. Discusión

Las TIC, son a no dudarlo, herramientas fundamentales en el proceso de mediación entre los miembros de las familias transnacionales de ecuatorianos, por consiguiente se confirma las teorías planteadas por distintos autores: al decir de (Blanco, 2007, pág. 14) "... nos habilitan para establecer relaciones virtuales con cualquier

parte del mundo, lo que permite el mantenimiento de lazos y de relaciones continuas, estables y frecuentes con nuestro país, nuestra familia, nuestros amigos y nuestros compatriotas, aunque hayamos emigrado muy lejos de ellos”, “de este modo, su participación en diferentes actividades transnacionales de manera frecuente permite que puedan seguir siendo y haciendo familia, a pesar de no compartir una misma localización física, una proximidad y unas relaciones cara a cara” (Peñaranda-Cólera, 2011, pág. 2027). “Los estudios destacan también el importante papel que juega en la decisión de migrar la existencia y acceso cada vez más masivo de los/las migrantes a las tecnologías de comunicación, lo cual les permite acortar las distancias afectivas y mantener de algún modo los lazos culturales con su entorno más cercano en los países de origen” (Asociación Coordinadora de la Mujer y el Colectivo Cabildeo en Bolivia; La Corporación Humanas en Colombia; la Fundación Esperanza en Ecuador, el Centro de la Mujer Peruana “Flora Tristán” en Perú e Intermón Oxfam en España, *Mujer de Uruguay*, 2010, pág. 105).

Pues bien, la investigación revela que la comunicación es permanente, casi a diario, entre miembros de familias transnacionales ecuatorianas; la novedad del fenómeno transnacional estaría dada porque “las nuevas tecnologías de comunicación y de transporte han permitido a los inmigrantes, por primera vez, interactuar de manera casi simultánea en varios lugares a la vez y han contribuido de manera importante a la expansión del fenómeno en los últimos tiempos” (Cano, Menchero, & Moreno, 2006, pág. 14). El estudio de (Molins Pueyo, 2008) referido a prácticas de la población de origen inmigrante –en Cataluña– sobre nuevas tecnologías, advierte que ésta usa las tecnologías de manera específica, sobre todo en el hogar y con el objetivo de mantener relaciones familiares virtuales, práctica que hemos constatado se repite en el país de origen.

Los lazos familiares determinan la práctica comunicativa en las familias migrantes y el país de destino no determina diferencias relevantes, son los lazos afectivos los que inciden en las relaciones de los miembros de una familia con miembros en varios lugares de residencia, con lo que podemos confirmar que la familia transnacional utiliza las TIC como medios para mantener sus relaciones, y son sus afectividades las que definen el mantenimiento de nexos y proximidades,

porque al decir de (Peñaranda-Cólera, 2011, pág. 2023) “el desarraigo y la ruptura de vínculos que caracterizaba previamente al migrar, se ha convertido en la actualidad en una experiencia de continuidad y mantenimiento de dichos vínculos. El migrante es conceptualizado como un sujeto móvil, conectado aquí y allá y en otros lugares...”, pues como dice (Canales I., 2011) “en el transnacionalismo la ausencia presencia, es dialéctica, se está presente, aunque se está ausente, entonces la forma en que se construye esa presencia en la ausencia es importante”, lo cual sería básico para los padres. En términos generales, la frecuencia de comunicación disminuye drásticamente en las relaciones de pareja, esta información debe profundizarse en su estudio para determinar el tipo de familia que se mantendría y llegar a conclusiones verificables.

*Lo interesante no es solo examinar, por ejemplo, si más contacto implica menos “sensación” de distancia, sino interrogarse también por las formas novedosas de hacer, sentir y decir la distancia y la relación que se da cuando entran en escena estos dispositivos de comunicación. En este sentido, conceptos como presencia conectada (Diminescu, 2007; Licoppe y Smoreda, 2005), “co-presencia virtual” (Baldassar, 2008), “telepresencia” (Nedelcu, 2009), “migrante online” (Nedelcu, 2009) y “migrante conectado” (Diminescu, 2008), así como “intimidades virtuales” (Wilding, 2006), “intimidades a larga distancia” (Parreñas, 2005), ejercicio del “cuidado desde la distancia” (Baldassar, 2007a, 2007b; Baldassar, Baldock y Wilding, 2007), “familias flexibles” (Waters, 2002), “hogar astronauta” y “niños satélite” (Waters, 2002, 2003), “madres a distancia” (Parreñas, 2005) o “paternidad transnacional” (Parreñas, 2008), tratan de dar sentido a formas de hacer, decir y sentir los vínculos sociales en la distancia (Peñaranda-Cólera, 2011, pág. 2026).*

Por consiguiente, los asuntos familiares constituyen el principal tema de comunicación en las familias migrantes.

*[...] estas familias transnacionales hacen un uso intensivo y extensivo de las TIC, de manera que comparten la cotidianeidad familiar, el apoyo económico y afectivo, el vínculo social, etc. a través de las llamadas telefónicas, del envío de*

*mails y/o sms, de la posibilidad de verse a través de la webcam o de las fotografías adjuntadas en los correos electrónicos (Camarero, 2010; Carrillo, 2008; Herrera, 2010; Horst, 2006; Lim, 2009; Ramírez, 2007; Soronellas, 2010). De este modo, su participación en diferentes actividades transnacionales de manera frecuente permite que puedan seguir siendo y haciendo familia, a pesar de no compartir una misma localización física, una proximidad y unas relaciones cara a cara (Peñaranda-Cólera, 2011, pág. 2027).*

Son los afectos los que se ponen en primer plano, (Ramírez J. P., 2014) señala que “además de las temáticas que se abordan para enterarse del día a día en el hogar, las comunicaciones están llenas de expresiones de cariño y afecto que buscan transmitir ese sentimiento familiar que se extraña a la distancia” y cita a Zapata cuando dice:

*El uso de tecnologías (teléfono e Internet) constituye un medio y una oportunidad para que padres y madres mantengan vínculos afectivos con sus hijos e hijas, a través del intercambio de mensajes verbales (orales y escritos) [...] Las expresiones de afecto que el padre o la madre migrante utilizan a través de palabras y frases contribuyen a fortalecer los lazos afectivos, a pesar de que no exista un contacto físico (abrazos, caricias, besos). Las frases verbales positivas, como lo definen Galvin et al. (2004), hacen parte de las formas de expresión de afecto; frases como “te amo” y “me haces mucha falta” denotan cariño, amor y apoyo. (Zapata 2009, 1755).*

Por otra parte, frecuentemente, asumimos que entre las nuevas tecnologías de información, Internet es la que brinda mayores posibilidades de interacción por lo que se ha convertido en la plataforma sobre la que se está basando una nueva forma de sociedad, “la sociedad red” en la que se desarrolla un sin número de procesos que permiten el flujo de información en ambos sentidos, transmisión y retroalimentación con el agregado de que estas pueden darse en línea, pues según el mismo Castells, Internet es excelente para continuar y reforzar los lazos fuertes que existen a partir de relación física (Castells, 2001, pág. 8). No obstante, en Ecuador aún se mantiene una brecha digital si comparamos el acceso y uso

de telefonía móvil frente a acceso y uso de Internet, esta heterogeneidad tiene un comportamiento similar si diferenciamos entre zonas urbanas y rurales; situación que se ve agravada si analizamos grupos generacionales y nivel de instrucción.

*En palabras de Yessenia, adolescente de una comunidad rural, del área de estudio, cuya madre reside desde que ella era niña en Nueva York: “quisiera tener Internet en mi casa para comunicarme todos los días con mi mami y ser yo la que hable y no siempre mi tía que es la que le dice cómo estoy y lo que siento (Yessenia, 2012).*

Como lo demuestran las cifras del estudio, debemos resaltar que el acceso no es homogéneo, contrario a la percepción que afirma que todos tenemos las mismas oportunidades de acceso, éste suele estar concentrado. Por ejemplo, en cuanto a la cobertura poblacional de servicios móviles, en el 2015, “Ecuador tenía aproximadamente un 96% de población cubierta, esto en comparación con la cobertura poblacional del año 2006, que era cerca del 89%” (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2015, pág. 17). Los datos oficiales de cobertura de telefonía celular dadas por el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información señalan que “para fines de 2014, la penetración de telefonía móvil era del 110%, lo que implica que el número de suscripciones es mayor a la población del país. Sin embargo, el censo de hogares del INEC muestra que un 18% de los hogares no tienen una cuenta activa de celular” (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2015, pág. 31).

En consecuencia, se explica por qué uno de los macro objetivos del Plan Nacional de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información del Ecuador 2016-2021, se concentra en “Aumentar la penetración de servicios TIC en la población: de banda ancha fija y de banda ancha móvil, de telefonía móvil y de computadores en hogares, penetración de smartphones en la población” (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2015, pág. 30), con ello se cumpliría la Misión de “avanzar hacia la sociedad de la información para el buen vivir de la población ecuatoriana”. (Ministerio de Telecomunicaciones y

de la Sociedad de la Información, 2015, pág. 11) “Desplegar la infraestructura es el primer paso para ofrecer conectividad a la población, pero es necesario además asegurar que los hogares y empresas puedan hacer uso y conectarse a la red desplegada [ ] porque contribuye al crecimiento del PIB” señala el (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2015, pág. 30).

Si creemos que en la planificación se visualizó a las familias transnacionales para ofrecerles facilidades de comunicación, podríamos tener algo de razón, [porque] para el ministerio, por ejemplo: “En términos prácticos, la telefonía móvil aumenta la eficiencia de empresas y mercados al *aumentar la conectividad* entre las diferentes partes de la cadena de valor de cualquier industria, *mejorando la calidad y la rapidez de las interacciones entre los participantes*. Según un estudio de Cisco y Deloitte, [señalan] el *aumento de la penetración móvil aumenta* el factor total de *productividad de una economía*. En particular, el estudio muestra que un aumento del 10% de la penetración de telefonía móvil aumenta el factor total de productividad, en el largo plazo, en 4.2 puntos porcentuales. Por este motivo, el objetivo de aumentar la penetración de telefonía móvil *beneficiaría tanto a pobladores como a la economía del país*”. (El subrayado es de la autora). Entendido así, la política en telecomunicaciones se instrumentaliza desde la óptica económica, como en el caso de otras políticas en proceso de implementación, “donde las y los migrantes son vistos más en su condición de individuos residentes en el exterior, aportadores de remesas, que en tanto colectivos de connacionales sujetos de derechos [entre esos, el derecho a la comunicación] que los Estados responsables deben proteger más allá del lugar donde residan. (Asociación Coordinadora de la Mujer y el Colectivo Cabildeo en Bolivia; La Corporación Humanas en Colombia; la Fundación Esperanza en Ecuador, el Centro de la Mujer Peruana “Flora Tristán” en Perú e Intermón Oxfam en España, Mujer de Uruguay, 2010, pág. 107).

Aumentar la penetración de computadores en hogares plantea como objetivo clave “que los ciudadanos puedan hacer uso de los beneficios de la conectividad. Los computadores aseguren la conectividad de la población con el mundo global, teniendo acceso a información y a material educativo en todos los ámbitos imaginables” (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2015,

pág. 32) a pesar de ser una política pública general, terminaría incidiendo en la capacidad de comunicación entre los miembros de las familias transnacionales.

El uso de TIC define además la categoría de analfabeto digital como aquella población de 10 años o más que en los últimos 6 meses no ha usado celular, Internet y computadora. En Ecuador, “se estima que en 2013, cerca del 30% de la población rural y un 15% de la población urbana era analfabeta digitalmente” (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2015, pág. 42) El analfabetismo digital a nivel nacional, crece generacionalmente, tanto en hombres como en mujeres. Sin embargo, si se compara por rangos de edad, son las mujeres las que tienen un mayor porcentaje de analfabetismo digital, lo que demuestra que las diferencias de género se mantienen. Si consideramos que una persona alfabetizada digitalmente es aquella que tiene capacidad de actuar con las tecnologías, es fundamental que además de los esfuerzos por dotar de infraestructura se planifiquen políticas de capacitación de largo aliento en esta área; más aún si se creó el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, “como órgano rector del desarrollo de las TIC y que tiene como finalidad emitir políticas, planes generales y realizar el seguimiento y evaluación de su implementación, coordinar acciones de apoyo y asesoría para garantizar el acceso igualitario a los servicios y promover su uso efectivo, eficiente y eficaz, que asegure el avance hacia la Sociedad de la Información para el buen vivir de toda la población ecuatoriana”. Art. 1 Decreto de Creación. 2009.

Es de resaltar que la aplicación de la encuesta LAMP, se realizó en período de crisis. Podemos afirmar que esta no afectó de manera directa al uso de las TIC y que el acceso continuó creciendo como parte de un proceso acelerado, sin embargo, con muchas disparidades.

Finalmente, los diferentes estudios nos remiten al alcance de las TIC en familias migrantes, pero no hemos encontrado análisis comparativos sobre el acceso y uso de TIC entre familias con miembros migrantes y familias no migrantes en un mismo país. En esta investigación, se comprueba, además, que las familias

transnacionales ecuatorianas, tienen mayor acceso a las tecnologías -como celular, computador e Internet- que las familias sin trayectoria migratoria.

## Referencias

- ARIZA, M., & OLIVEIRA, O. (2001). Familias en transición y marcos conceptuales en redefinición. *Papeles de Población No. 28*, 9-39.
- ARIZA, M., & OLIVEIRA, O. D. (2008). Familias, pobreza y desigualdad social en Latinoamérica: una mirada comparativa. *Revista Latinoamericana de Población. Número 2*, 73-98.
- ARNAUD, L. (S.F.). *Uruguay Global*. Recuperado el 4 de Junio de 2012, de Uruguay Global: [www.anep.edu.uy/uruguayglobal/fotos/option\\_media\\_176.pdf](http://www.anep.edu.uy/uruguayglobal/fotos/option_media_176.pdf).
- Asociación Coordinadora de la Mujer y el Colectivo Cabildeo en Bolivia; La Corporación Humanas en Colombia; la Fundación Esperanza en Ecuador, el Centro de la Mujer Peruana "Flora Tristán" en Perú e Intermón Oxfam en España, Mujer de Uruguay. (2010). *Mujeres Migrantes Andinas. Contexto Políticas y Gestión Migratoria*. Santiago de Chile: Andros impresores.
- BENÍTEZ, J. L. (2011). *La comunicación transnacionales de las e-familias migrantes*. San Salvador: PNUD/ UCA.
- BLANCO, C. (2007). Transnacionalismo. Emergencia y fundamentos de una nueva perspectiva migratoria. *Papers No 85*, 13-29.
- BRYCESSON, D., & VUORELA, U. (2002). *The Transnational Family. New European Frontiers and Global Networks*. Oxford & New York: Berg Publishers.
- CAMPOS, J. L. (Junio-Julio de 2002). *Comunicación, comunidades y prácticas culturales en la cibercultura*. (R. y. Palabra, Ed.) Recuperado el 27 de enero de 2012, de <http://www.razonypalabra.org.mx>
- CANALES I., A. (10 de 01 de 2011). Migración: familia transnacional. (G. d. Investigación, Entrevistador).
- CANO, S., MENCHERO, I., & MORENO, M. (2006). *Las remesas y el desarrollo como realidad transnacional*. Madrid: Universidad Carlos III.
- CASTELLS, M. (1997). *La era de la información, vol.11: La sociedad-red*. Madrid: Alianza Editorial.

- CASTELLS, M. (2001). Internet y la Sociedad Red. *La Factoría*, 13.
- CEPAL, C. E. (2003). *Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*. Santiago: Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- CONTRERAS, M. A. (2005). Los inmigrantes latinoamericanos en Chile: caracterización de los flujos y tipología del inmigrantes. (pág. 22). Sao Paulo: Observatorio geográfico de América Latina.
- DURAND, J. (06 de 02 de 2012). Entrevista PYDLOS a Jorge Durand. (E. d. investigación, Entrevistador).
- ESCOBAR, A. (2005). Bienvenidos a Cyberia, notas para una antropología de la cibercultura. *Revista de Estudios Sociales*, 15-35.
- ESTRELLA, M. E. (10 de 11 de 2011). Migración y lazos de familia. (S. Doris, Entrevistador).
- HERRERA, R. (2006). *La Perspectiva Teórica en el estudio de las Migraciones*. Mexico: Siglo XXI Editores.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Recuperado el 7 de 7 de 2017, de [http://www.inec.gob.ec/nuevo\\_inec/items/gestion\\_eficiente/cartografia/anexos/CAPACITACIONES/INSTRUCTIVOS%20AMANZANADO/CONCEPTOS%20BASICOS.pdf](http://www.inec.gob.ec/nuevo_inec/items/gestion_eficiente/cartografia/anexos/CAPACITACIONES/INSTRUCTIVOS%20AMANZANADO/CONCEPTOS%20BASICOS.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Noviembre de 2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 01 de 07 de 2017, de <http://www.ecuadrencifras.gob.ec/base-censo-2010>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 2017 de 7 de 27, de [http://www.ecuadrencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Estadisticas\\_economicas/descarga\\_INEC/manual\\_empadronador.pdf](http://www.ecuadrencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Estadisticas_economicas/descarga_INEC/manual_empadronador.pdf).
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Manual del Empadronador, Censo económico 2010. Quito.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Anda. (2013). <http://anda.inec.gob.ec>. Recuperado el 27 de 7 de 2017, de <http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/270/datafile/F11/V479>
- LAMP. (2015). *Latin American Migration Project*. Recuperado el 19 de 03 de 2015, de <http://lamp.opr.princeton.edu/>
- LEVITT, P., & SCHILLER, G. (2004). Perspectivas internacionales sobre la migración: conceptualizar la simultaneidad. *Migración y desarrollo*, 60-91.

- MASSEY, D., & DURAND, J. (S.F.). *Latin American Migration Project*. Recuperado el 12 de Junio de 2012, de <http://lamp.opr.princeton.edu/lampgroup/staff-en.htm>
- MAX-NEEF, M. (2010). *Youtube*. Recuperado el 13 de Julio de 2012, de <http://www.youtube.com/watch?u=zi37zlseiil>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2015). Plan Nacional de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información del Ecuador 2016-2021. Ecuador: MINTEL.
- MOLINS PUEYO, C. (2008). *Relaciones transnacionales y prácticas NTIC entre población de origen extranjero en Cataluña*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- PACHECO, E., & BLANCO, M. (2002). En busca de la “metodología mixta” entre un estudio de corte cualitativo y el seguimiento de una cohorte en una encuesta retrospectiva. *Estudios demográficos y urbanos*, 485-521.
- PARELLA, S., CAVALCANTI, L., & SOLÉ, C. (2007). *Los vínculos económicos y familiares transnacionales. Lo inmigrantes ecuatoriano y peruanos en España*. Bilbao: Fundación BBVA.
- PEÑARANDA-CÓLERA, M. D. (2011). Migrando en tiempos de globalización: usos de tecnologías de la información y la comunicación en contextos migratorios transnacionales. *Actas del I Congreso Internacional sobre Migraciones en Andalucía* (págs. 2023-2032). Granada: Instituto de Migraciones.
- PÉREZ SERRANO, G., & SARRATE CAPDEVILLA M<sup>a</sup>, L. (mayo-agosto de 2011). Las TIC promotoras de la inclusión social. (REP, Ed.) *Revista española de pedagogía*(año LXIX, n<sup>o</sup> 249), 237-254.
- RAMÍREZ, F., & RAMÍREZ, J. P. (2005). *La estampida migratoria ecuatoriana. Crisis, redes transnacionales y repertorio de acción migratoria*. Quito: Ciudad. Abya Yala.
- RAMÍREZ, J. P. (enero-abril de 2014). Uso de tecnologías de la información y la comunicación en familias caleñas con migrantes en España. *Revista de Estudios Sociales No. 48 ISSN 0123-885X*, 110-123.
- SERRANO, A. (2008). *Perfil migratorio del Ecuador*. OIM.
- SOLÉ, C., & PARELLA, S. (S.F.). *El papel de las TIC's en la configuración de las familias transnacionales*. Recuperado el 2011, de [http://www.iiisci.org/journal/CV\\$/risci/pdfs/C083VP.pdf](http://www.iiisci.org/http://www.iiisci.org/journal/CV$/risci/pdfs/C083VP.pdf)

- TUIRÁN, R. (2001). Estructura familiar y trayectorias de vida en México. En C. (. Gómez, *Procesos sociales, población y familia: Alternativas teóricas y empíricas en las investigaciones sobre vida doméstica*. (págs. 23-65). México D.F.: FLACSO y Miguel Ángel Porrúa.
- Yessenia. (11 de 02 de 2012). Uso de TIC y comunicación con familiares migrantes. (E. M. Eugenia, Entrevistador).

**Tabla 1. Acceso a TIC a nivel provincial y nacional.**

	Nombre de la Provincia	Total hogares	Hogares con acceso a celular	Hogares con acceso a Internet	Hogares con acceso a computador	% Hogares con acceso a celular	% Hogares con acceso a Internet	% Hogares con acceso a computador
Hogares no migrantes	Azuay	188765	134174	23274	66972	71.08%	12.33%	35.48%
	Loja	117163	87632	11252	30859	74.79%	9.60%	26.34%
	Ecuador	3815527	2906546	496477	1000459	76.18%	13.01%	26.22%
Hogares migrantes	Azuay	18998	14135	2336	7185	74.40%	12.30%	37.82%
	Loja	7124	5988	944	2581	84.05%	13.25%	36.23%
	Ecuador	186508	157314	41202	74972	84.35%	22.09%	40.20%

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010.

Elaboración: Grupo de Investigación.

**Tabla 2. Acceso a TIC por comunidad.**

Hogar	Área	Parroquia	CENSO 2010			LAMP		
			Celular	Computador	Internet	Celular	Computador	Internet
Migrantes	Urbano	Totoracocha	87,48%	65,48%	25,21%	93,33%	60,00%	53,33%
		San Sebastián	93,64%	64,29%	27,59%	96,43%	85,71%	75,00%
	Rural	Cumbe	69,10%	21,03%	1,72%	92,11%	52,63%	28,95%
		Vilcabamba	82,95%	26,14%	9,09%	97,44%	66,67%	41,03%
	Promedio			<b>83,29%</b>	<b>44,23%</b>	<b>15,90%</b>	<b>94,83%</b>	<b>66,25%</b>
Migrantes	Urbano	Totoracocha	85,98%	58,19%	21,12%	84,71%	70,00%	45,88%
		San Sebastián	91,72%	58,71%	24,28%	92,57%	67,43%	45,71%
	Rural	Cumbe	56,50%	12,02%	3,41%	73,46%	24,69%	15,43%
		Vilcabamba	74,35%	21,71%	7,04%	88,82%	36,65%	16,15%
	Promedio			<b>77,14%</b>	<b>37,66%</b>	<b>13,96%</b>	<b>84,89%</b>	<b>49,69%</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 y Encuesta LAMP 2012.

Elaboración: Grupo de Investigación.

**Tabla 3. Frecuencia de comunicación de las familias migrantes por nivel socioeconómico.**

		Frecuencia de comunicación							Total
		A diario	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada 6 meses	Una vez al año	8888	Desconocido	
Categoría socio económica	Bajo	9	26	9	3	4	11	0	62
		14,5%	41,9%	14,5%	4,8%	6,5%	17,7%	,0%	100,0%
		50,0%	42,6%	52,9%	42,9%	80,0%	44,0%	,0%	45,9%
	Medio	6	26	5	3	1	9	0	50
		12,0%	52,0%	10,0%	6,0%	2,0%	18,0%	,0%	100,0%
		33,3%	42,6%	29,4%	42,9%	20,0%	36,0%	,0%	37,0%
	Alto	3	9	3	1	0	5	2	23
		13,0%	39,1%	13,0%	4,3%	,0%	21,7%	8,7%	100,0%
		16,7%	14,8%	17,6%	14,3%	,0%	20,0%	100,0%	17,0%
Total		18	61	17	7	5	25	2	135
		13,3%	45,2%	12,6%	5,2%	3,7%	18,5%	1,5%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta LAMP 2012.

Elaboración: Grupo de Investigación.

**Tabla 4. Comunicación según lazos familiares en hogares migrantes.**

Parentesco con el contacto						Total
Padres/Hijos	Pareja	Hermanos	Suegros/Yerno/ Nuera	Otros	8888	
34	18	9	1	8	28	98
34,7%	18,4%	9,2%	1,0%	8,2%	28,6%	100,0%
100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta LAMP 2012.

Elaboración: Grupo de Investigación.

**Tabla 5. Motivo de comunicación por país destino del jefe migrante.**

País destino		Tema de conversación							Total
		Asunto familiar	Trabajo	Envío de dinero	Toma de decisiones económicas	Por necesidad emotiva	No aplica	Desconocido	
Estados Unidos	Masculino	25	1	1	1	5	10	0	43
		58.1%	2.3%	2.3%	2.3%	11.6%	23.3%	.0%	100.0%
	Femenino	5	1	0	0	1	2	1	10
		50.0%	10.0%	.0%	.0%	10.0%	20.0%	10.0%	100.0%
	Total	30	2	1	1	6	12	1	53
56.6%		3.8%	1.9%	1.9%	11.3%	22.6%	1.9%	100.0%	
España	Masculino	11	0	0	0	4	11	0	26
		42.3%	.0%	.0%	.0%	15.4%	42.3%	.0%	100.0%
	Femenino	7	0	0	0	3	1	0	11
		63.6%	.0%	.0%	.0%	27.3%	9.1%	.0%	100.0%
	Total	18	0	0	0	7	12	0	37
48.6%		.0%	.0%	.0%	18.9%	32.4%	.0%	100.0%	
Otros países	Masculino	4	0	0	0	1	0	0	5
		80.0%	.0%	.0%	.0%	20.0%	.0%	.0%	100.0%
	Femenino	1	0	0	0	1	1	0	3
		33.3%	.0%	.0%	.0%	33.3%	33.3%	.0%	100.0%
	Total	5	0	0	0	2	1	0	8
62.5%		.0%	.0%	.0%	25.0%	12.5%	.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta LAMP 2012.

Elaboración: Grupo de Investigación.

**Tabla 6. Medio más utilizado para comunicación con los migrantes.**

Comunidad	Correo postal/ Agencia de envíos	Teléfono fijo	Celular	Correo electrónico	Llamada por internet	Video conferencia/ Video llamada	Conversación escrita/chat	No aplica	Total
Cumbe	0	25	9	0	0	2	0	2	38
	.0%	65.8%	23.7%	.0%	.0%	5.3%	.0%	5.3%	100.0%
Totoracocha	0	16	8	1	2	1	1	1	30
	.0%	53.3%	26.7%	3.3%	6.7%	3.3%	3.3%	3.3%	100.0%
Vilcabamba	0	13	20	2	1	1	1	1	39
	.0%	33.3%	51.3%	5.1%	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	100.0%
San Sebastián	0	9	13	2	2	1	1	0	28
	.0%	32.1%	46.4%	7.1%	7.1%	3.6%	3.6%	.0%	100.0%
TOTAL	0	63	50	5	5	5	3	4	135
	.0%	46.7%	37.0%	3.7%	3.7%	3.7%	2.2%	3.0%	100.0%

Fuente: Encuesta LAMP 2012.  
 Elaboración: Grupo de Investigación.

## CAPÍTULO 12

### EL TRATAMIENTO DE LOS MEDIOS Y SU INFLUENCIA EN LA VISIBILIDAD DE MINORÍAS, DISCAPACITADOS Y ADULTOS MAYORES

OSCAR ALBERTO CARDOSO

Los dolores que nos quedan son las libertades que nos faltan  
Manifiesto Liminar 1918

¿Qué nos depara el mundo en las próximas décadas? ¿La sociedad global ha progresado? ¿Los medios de comunicación juegan un papel de inclusión o por oposición de exclusión entronizando modelos estereotipados? ¿Homogeneidad ilusoria? ¿La televisión pública juega un papel activo o sostiene el *status quo*? ¿Es posible mejorar los contenidos de la TV Pública? Sin lugar a dudas, es posible. Existen muchas preguntas válidas, sobretodo porque estamos ante una temática compleja, que presenta múltiples aristas y visiones, sobre las que intentaré aportar ideas. Una mirada que contribuya al debate sobre el papel, el rol de la televisión pública. Estoy convencido que la TV Pública debe jugar una función protagónica, que marque y haga la diferencia ayudando en la promoción de una sociedad más inclusiva y solidaria. Creo que existe un espacio aglutinador convocante, que considero se encuentra vacante, que puede y debe ser creado, el cual sirva de referencia a las diferentes producciones audiovisuales realizadas por la TV Pública. Un faro, que en conjunción y/o alianza con otros medios sirva para facilitar ideas, orientar a sectores no tradicionales, descuidados en los medios de comunicación. Muchos ciudadanos, postergados más allá de sus propias

limitaciones y por los mass media, tendrían acceso a información valiosa que les ayude a superar barreras, promoviendo su inserción y participación, independientemente de las fronteras de los países. Los casos de feminicidio, los discapacitados, los adultos mayores o las comunidades Lesbianas, Gays, Travestis y Bisexuales (LGTB), etc., tienen muchas cosas en común, luchas y pérdidas, avances y retrocesos que son similares en Iberoamérica y el mundo. En algunos países se han logrado mejoras significativas en tanto que, en otros, lamentablemente queda un largo camino por recorrer. Qué mejor lugar que el Servicio Audiovisual de la UNIA para sentar las bases de una propuesta que sea inclusiva, de divulgación y formación. Un espacio en el cual consultar, recalar, que sea promotor y a la vez disparador de nuevas ideas. Un lugar a donde los formadores de las universidades y escuelas de medios puedan referenciarse. Un punto meridiano, destinado a un empoderamiento de sectores de la comunidad desatendidos, que sirva de referente para la población y que sea un motor del cambio. Estas comunidades están ávidas por ser reconocidas, contenidas, aceptadas y valoradas. Esperan espacios de difusión y concientización de los medios públicos, que los promueva como ciudadanos plenos, como sujetos de derecho. Aunar esfuerzos y recursos desde diferentes sectores de la comunidad científica, de los medios y la sociedad civil iberoamericana, redundará en un mayor beneficio social generalizado. Apostar a promover salud, educación y bienestar, sin lugar a dudas, ayudara a una sociedad más justa, borrando progresivamente barreras físicas y mentales.

## **1. A modo de introducción**

Desde los orígenes de la humanidad, el hombre, ha sido personificado por una figura que se aproximaba a sus dimensiones, en una búsqueda constante de un modelo “*ideal*”. La ausencia de detalles de los primitivos artistas desconocidos de las cavernas, las incipientes pinturas rupestres, hasta el salto que representaban los grabados y pinturas egipcias, pasando por los griegos, romanos, renacimiento, barroco, etc., todos han sido intentos de lograr la mejor representación posible del hombre para una época, de un “modelo” que los encarnen.

A lo largo de la historia de la humanidad hasta la actualidad, la concepción que tenía la “comunidad” sobre los discapacitados, por ejemplo, fue variando. En culturas antiguas, una persona con algún tipo de discapacidad era abandonada para no retrasar al “grupo” en su migración. Esa actitud, se mantuvo con variantes durante mucho tiempo. En la antigua Grecia, en su culto por la belleza y la perfección física, a una persona con limitaciones materiales se la consideraba “poseída” o inservible, por lo tanto, era abandonada. No obstante, con el paso del tiempo, en Atenas se crearon algunos albergues para el cuidado de los enfermos o convalecientes, gracias a sus aguas termales. En tanto los Espartanos, llevaban a los infantes con discapacidad al monte Taigeto desde donde los tiraban al despeñadero (las leyes de Licurgo, promovían una mejora de la raza a ultranza). Luego con la reforma de Pericles, comienzan a ser atendidos en centros asistenciales. En Asia eran dejados en el desierto. En la India y Egipto corrían suerte similar, al ser abandonados a su destino. Junto con la creación de establecimientos de cuidados paliativos y protección, emergieron las instituciones asilares, que dieron pie a los *cronicarios*, la “manicomialización”, generando desarraigo, rechazo y negación social. Pero no todas las sociedades y culturas avanzan al mismo ritmo, por ejemplo, en el Tibet, en pleno siglo XXI, se considera a los no videntes como poseídos por demonios, lo cual los vuelven unos parias en su propia comunidad.

La búsqueda de identidad, “*de un modelo*”, de un punto referencial, de un “ideal”, se encuentra enraizada en la misma naturaleza humana y atraviesa todas las culturas. Incluso la concepción sobre la sexualidad o la visión que tenemos sobre los adultos mayores, varió con el paso del tiempo: dependiendo de la cultura y el país que tengamos ante nuestros ojos. No es lo mismo un anciano en Japón que en Argentina. No es percibido igual algún miembro de la comunidad LGBT en el Vaticano o los países árabes que en España o Perú, sólo por nombrar algunos países a modo de contraste.

La concepción de familia fue cambiando, evolucionando como la sociedad misma. Desde el Banquete de Platón donde se puede “*leer*” la unión entre personas del mismo sexo como natural, pasando por la prohibición, persecución, asesinato, prácticas lamentablemente vivas hasta nuestros días, *los crímenes de odio*.

Por fortuna muchos países han aprobado legislaciones a favor de la comunidad LGBT.

Freud sostenía que es *imposible gobernar, educar y analizar...* a lo cual agregaría, todo intento de homogenizar es un “ideal”, una ilusión vana, que siempre se topa con la realidad de lo imposible, de lo inalcanzable.

## 2. Los colectivos emergentes

Aun cuando representan importantes partes de la comunidad, sólo por nombrar algunos colectivos, muchos se encuentran postergados, producto no sólo de sus propias limitaciones, sino también por una comunidad, que sigue avanzando sin reconocerlos ni incorporarlos a la vida plena en Sociedad. Recapacitemos sobre los niños hipoacúsicos, que no son integrados a la escuela común porque los docentes no están formados en el lenguaje de señas. O en un adulto mayor que perdió su audición y debe realizar un trámite en un organismo público o privado. Imaginemos un ciudadano analfabeto, ¿como hace para enfrentar un cajero automático? Pensemos en analfabetismo funcional y digital (Palma, 2014). Las empresas públicas y privadas, generan acciones para la implementación de recursos tecnológicos (consulta de facturas, pago de servicios, boletas de sueldo, etc.) tendientes a facilitar “sus tareas”. Sin embargo, no siempre tienen en cuenta que, del otro lado, existen personas a las cuales les resulta difícil interactuar con esa tecnología. Las organizaciones deberían generar líneas de atención específicas, por ejemplo, para adultos mayores y discapacitados. Hablamos de acciones de buenas prácticas, las cuales deben ser políticas de Estado y exigidas a todos los sectores.

¿Porqué las ciudades en toda su complejidad, no son adaptadas para favorecer la circulación de personas con discapacidad? ¿Porqué los discapacitados tienen tanta dificultad para ser integrados en la escuela común o en conseguir trabajo? ¿Cuántos periodistas de TV son transgénero o discapacitados? En la curricula de las instituciones educativas formadoras de docentes y profesionales, ¿cuantas trabajan la temática de la inclusión más allá del mero enunciado? Deberían existir

normas de calidad en la educación de grado/postgrado, también para los medios de comunicación, que garanticen el conocimiento, respeto y difusión de todos los sectores de la comunidad promoviendo trato digno e igualitario. De lo contrario se continúa reproduciendo un esquema, que en lugar de ayudar, hace todo lo contrario, alimenta y promueve las desigualdades. Sin inclusión y participación real, no podemos hablar de una sociedad justa y equitativa.

Minoría: Según el Diccionario de la RAE: se entiende por tal “1. f. Parte menor de las personas que componen una nación, ciudad o cuerpo. 2. f. En materia internacional, parte de la población de un Estado que difiere de la mayoría de la misma población por la raza, la lengua o la religión.

Discapacidad: Según el Diccionario de la RAE, se entiende por tal: “1. f. Condición de discapacitado. Percibe una prestación por su discapacidad. 2. f. Manifestación de una discapacidad. Personas con discapacidades en las extremidades.”. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) en su Clasificación Internacional de Deficiencias, Discapacidades y Minusvalías (CIDDDM), publicada en 1980, “Dentro de la experiencia de la salud, una discapacidad es toda restricción de la capacidad (debida a una deficiencia) de realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se considera normal para un ser humano”.

En la CIF (Clasificación Internacional de Funcionamiento - 2001) enuncia su principal objetivo “proporcionar un lenguaje unificado y estandarizado que sirva como punto de referencia para la descripción de la salud y los estados relacionados con la salud”. En este instrumento se define la discapacidad, como un término genérico que abarca deficiencias, limitaciones de la actividad y restricciones a la participación. Se entiende por discapacidad la interacción entre las personas que padecen alguna enfermedad (por ejemplo, parálisis cerebral, síndrome de Down y depresión) y factores personales y ambientales (por ejemplo, actitudes negativas, transporte y edificios públicos inaccesibles y un apoyo social limitado).

La OMS (2014; 2016) sostiene que más de un billón de personas en todo el mundo viven con algún tipo de discapacidad, esto es 1 de cada 7 personas. Las

personas con discapacidad tienen las mismas necesidades generales de atención de la salud que el resto de la población. Pero tienen:

- a) El doble de probabilidades que el común de las personas, de hallar que las aptitudes de los profesionales de la salud y las condiciones de los centros de atención sean inadecuadas, (por ejemplo, profesionales y auxiliares que no cuentan con el conocimiento específico para la atención del paciente, recurso humano y edilicio insuficiente, etc.).
- b) El triple de probabilidades de que se les niegue la atención de la salud.
- c) El cuádruple de probabilidades de que las traten mal en el sistema de salud.

La mitad de las personas no pueden costearse la atención de la salud. Tienen un 50% más de probabilidades de tener gastos de salud catastróficos, y estos gastos pueden empujar a una familia a la pobreza. *La rehabilitación y los dispositivos asistenciales, pueden hacer que las personas con discapacidad logren mayores grados de independencia.* Aproximadamente 70 millones de personas necesitan de una silla de rueda, pero sólo entre el 5 y 15% de ellas tienen acceso a una. Unos 360 millones de personas en todo el mundo padecen una pérdida auditiva de moderada a profunda. No obstante, la producción de audífonos sólo satisface el 10% de la necesidad mundial y el 3% de la necesidad de los países en desarrollo.

Poner todos los servicios de atención de la salud al alcance de las personas con discapacidad es posible y reducirá las inequidades inaceptables en materia de salud, según la OMS:

1. Eliminar obstáculos físicos a los centros de atención, a la información y el equipamiento de salud,
2. Hacer más asequible la atención de la salud (inversión),

3. Capacitar a todos los trabajadores de la salud sobre la discapacidad y los derechos relacionados,
4. Invertir en servicios específicos, como la rehabilitación.

Tengamos presente que el 15% de la población mundial posee algún tipo de discapacidad.

La OMS en su nota descriptiva n° 404 (2015), en referencia al envejecimiento de la población mundial, aporta la siguiente información que destacamos a título ilustrativo (OMS, 2015):

- Entre 2015 y 2050, el porcentaje de los habitantes del planeta mayores de 60 años casi se duplicará, pasando del 12% al 22%.
- Para 2020, el número de personas de 60 años o más será superior al de niños menores de cinco años.
- En 2050, el 80% de las personas mayores vivirá en países de ingresos bajos y medianos.
- La pauta de envejecimiento de la población es mucho más rápida que en el pasado.
- Todos los países se enfrentan a retos importantes para garantizar que sus sistemas sanitarios y sociales estén preparados para afrontar ese cambio demográfico.

Ahora bien, diremos que un porcentaje importante de adultos mayores padecen algún tipo de discapacidad. No obstante, podríamos pensar que entre ambos colectivos vulnerables abarcarían aproximadamente entre el 20 al 25% de la población mundial.

La evolución de la sociedad actual es constante y al igual que la tecnología, va creciendo sin pausas. Es evidente que en las comunidades se producen transformaciones, aparecen diferentes protagonistas, que plantean nuevos desafíos. Los colectivos emergentes, con sus propias necesidades, plantean posicionamientos y acomodamientos de la sociedad en su conjunto. Imaginemos a Stephen Hawking sin los medios que hoy tiene para comunicarse, sin la asistencia en salud que requiere, sin el apoyo de su familia y sin una comunidad científica dispuesta a escucharlo. No perdamos de vista que él padece una enfermedad degenerativa (enfermedad motoneuronal relacionada con Esclerosis Lateral Amiotrófica – E.L.A.). Qué gran pérdida para la humanidad representaría no contar con su sapiencia. Para que ello no ocurriera, su entorno inmediato y próximo, tuvo que acomodarse para facilitar su participación plena, además de contar con los recursos económicos.

¿Por qué hablamos de minorías? Porque existen acotados modelos socio-culturales y religiosos fuertes, que se “imponen”, ejercen presión en desmedro del resto, ensanchando la brecha entre las comunidades. Ese bosquejo hegemónico se promete, muestra y difunde también por los medios. Se ofrecen “ideales aspiracionales”, que demarcan formas y estilos de ser, hacer y convivir. Si pensamos en el tratamiento que hizo el cine o la TV sobre la temática de la sexualidad en discapacitados, adultos mayores, LGBT (por las siglas Lesbiana, Gay, Bisexuales y Travestis), minorías religiosas, etc., nos encontramos con que las producciones y los contenidos que tratan la materia son comparativamente escasos. Por fortuna algunos creativos y productores han generado films, que han recibido los mayores galardones de la industria, pero son raras excepciones. Sin lugar a dudas esas producciones, han trascendido más allá del grupo interesado, gracias a su difusión masiva, mientras que otras no han corrido la misma suerte. Es incuestionable que contribuyen como un modo de apertura y cognición para el gran público.

En la actualidad vemos que el modelo tradicional de familia estándar, ya no es el único reconocido legalmente en muchos países. En toda comunidad, cuando aparecen nuevos participantes, como las familias ensambladas o las

uniones civiles por sólo citar un ejemplo, se producen necesariamente procesos de acomodación social (muchas veces se requiere de un cambio de legislación), no exentos de roces, acuerdos y desacuerdos, hasta que se logran alcanzar compromisos de convivencia, que los ayuden a desenvolverse en comunidad. Así tenemos nuevas unidades sociales: *familias ensambladas*, *matri-monio igualitario* (unión civil entre personas del mismo sexo), *la concepción o adopción de padres de igual sexo*, *maternidad subrogada* (conocida también como alquiler de vientre), *los ciudadanos transgénero*, etc., que van transformando a las sociedades.

Por ejemplo, en EEUU encontramos el primer caso de una persona reconocida sin género legal. Existen modelos transgénero que han saltado a la fama mundial. La trijea o unión civil entre tres personas (asociación entre tres sin distinción de sexo, existen casos en Brasil, Colombia), son ejemplos de las constantes transformaciones que aparecen, y somos los ciudadanos quienes debemos ir obrando en consecuencia, acomodándonos. No es un camino sencillo, muchas veces es todo lo contrario. Existen sectores que ofrecerán resistencia. Los casos de violencia y xenofobia de grupos minúsculos radicalizados, son una muestra de ello.

En 2008 la Declaración sobre orientación sexual e identidad de género de la ONU (promovida por Francia), logró 96 firmas de los 193 miembros, en tanto que el Vaticano junto a 53 países firmó en oposición otra declaración. El resto de los países se abstuvieron.

Si reflexionamos sobre “minorías” podremos decir que en Argentina, por ejemplo, donde la mayoría de la población son mujeres: *una mujer muere cada 36 horas por feminicidio* y sólo un tercio son conductoras de medios (Olivan, 2017). En el resto de Latinoamérica las cifras lamentablemente son similares, el triste modelo trasciende las fronteras. Aquí tenemos un claro ejemplo que la mayoría numérica se encuentra en situación de vulnerabilidad. Entonces vemos que el término “minoría” se vuelve relativo.

Basta mirar <http://www.worldometers.info/es/> para poder actualizar el impacto por minuto, en algunos casos por segundo, del consumo de medios y tecnología; mortandad ligada a la falta de agua entre otros ítems, para comprender que la sociedad de la comunicación avanza constantemente, pero aún persiste la desigualdad para muchas personas. *Existen espacios en los medios para todos, con contenidos que pueden ayudar a producir cambios globales permanentes y significativos.*

### 3. Asumir lo Imposible

¿Es posible...? Sí, al menos parcialmente, en tanto sujetos que desean. El problema, es que existe un mandato, un *modelo*, una matriz con múltiples aristas de un Otro, que impele a la búsqueda de ese imposible, de ese ideal inalcanzable e inexpugnable. El discurso es el lazo social, sostiene Lacan, al mismo tiempo que cohesiona, lleva implícito el fracaso de unidad, la exacerbación del goce. Aquí el goce, entendido como una búsqueda ilusoria de unidad/igualdad, en tanto sujetos deseantes, una unidad imposible, que permite una circulación del goce del Otro. Entendido así, tenemos una trama discursiva que “*nos*” atraviesa, pero que no contemplaría las diferencias.

Tengamos presente que el *mandato del Otro siempre nos insta a la búsqueda de ideales inexistentes*, como el de belleza, de perfección, un “modelo”, de un “ideal” que trasciende fronteras, idiomas, credos y razas... que día a día refuerza esa premisa. Así vemos desfilan Icaros modernos y por ende, aquellos que logran armarse de unas “alas imaginarias”, efímeras, por medio de las cirugías y de todo nuevo adelanto científico en post del mismo objetivo, y al final caen antes los rayos del Dios Sol/Tiempo.

Inexorablemente caen *al vacío del paso del tiempo... para continuar con su ocaso físico*. Ese discurso del Otro, imaginario, impuesto (por la cultura y sus dispositivos), que persigue un ideal que nunca se alcanzará, *mandato de cumplimiento imposible*, es como un correr eterno por la banda de moebius buscando el Fin de la misma.

**Figura 1. La Banda de Möebius.**



*Autoría: Adam Pekalski.*

Así es como nos encontramos ante el ideal de belleza atemporal ilusorio, que los medios reproducen. El “ideal” en tanto inalcanzable, ha generado el campo propicio para la reverberación de patologías mentales que abrevan en muchos de los contenidos que se difunden desde hace décadas. Pensemos en antaño como el fumar era *bueno*, la industria tabacalera aportó mucho capital para la reproducción de un estilo de vida, de status, de cierta rebeldía asociado al cigarrillo. Eso produjo millones de muertes en todo el mundo: el mensaje tuvo un poder de inserción terrible. Tanto es así que los países, luego de pruebas aplastantes tuvieron que cambiar su legislación, hasta generar espacios libres de humo de tabaco.

Otro tanto ocurrió con el HIV. Pasamos de la despectiva “*peste rosa*”, a la intervención del Estado quien suministra las drogas para ayudar a los enfermos y sus familias. Por supuesto luego de una ardua lucha para que se entendiera que era una epidemia. El debate siempre está mediatizado por el factor económico, operadores que no conocen de fronteras ni limitaciones de ningún tipo. Es por eso que la sociedad, la mayoría de las veces empujando al Estado, ha promovido leyes, para mejorar su calidad de vida en salud y ecología. Pero el desgaste, la lucha, siempre ha corrido por cuenta de una minoría que vislumbró el problema con antelación y lo puso en evidencia (quien no recuerda la película “Y la banda

siguió tocando”), que alertó sobre lo que estaba pasando. Otro tanto pasó con la discapacidad, hasta que surgieron leyes que promovieron la mejora en la calidad de vida y su entorno socio-ambiental: reglamentación que benefició también a la tercera edad, sobre todo en entornos accesibles. Pero aún queda mucho camino por recorrer.

#### 4. El Mensaje

Los medios de comunicación masiva son *El Gran Escenario* donde se desarrollan múltiples tramas, “relatos o discursos” que una gran mayoría consume a diario en todo el mundo. Es indiscutible el papel relevante que los medios juegan en las vidas de las personas en esta sociedad moderna. Cada vez con mayores trascendencias, todo aquello que antes parecía una utopía o parte de la ciencia ficción, poco a poco se ha vuelto realidad.

Pasamos del papiro a la lectura de libros, diarios y revistas en formato digital. Hoy se encuentran fusionados en los teléfonos inteligentes muchas funciones, que otrora requerían del uso de un ordenador. En el corto plazo, podremos administrar recursos de nuestro hogar u oficina sin estar allí físicamente, gracias a la interconectividad entre dispositivos, incluso con chips bajo nuestra piel.

Los mass media (cine, TV, Internet, etc.), tienen la posibilidad, en tanto instrumentos, de ayudar a validar o invisibilizar ciertos temas, generan opinión y ayudan a moldear / ofrecer un modelo para el entramado social. Historias y personajes que se “muestran”, con acciones, usos y un ropaje que puede variar según la región del mundo que lo produzca, pero las tramas son similares: *cual canto de sirenas, en un mar oscuro, se exponen como el faro del puerto de llegada.*

Partiendo de una idea de rating, la televisión privada y la pública establecen ciertos modelos que se vuelven aspiracionales para el espectador, lo mismo ocurre con otros medios audiovisuales, donde la publicidad juega un rol protagónico. Fuera de esa mirada reducida, estática, limitada, existe un universo social no

representado en su totalidad y complejidad, que necesita ser incorporado en el escenario mediático para promover la integración de las comunidades.

Es incuestionable el valor emblemático de las palabras y las imágenes. *“el significado de una imagen expresa más de diez mil palabras” dice el proverbio chino.* El poder de la imagen, como representante simbólico, es innegable.

Sería inocente pensar que la TV PÚBLICA no juega en desventaja ante los contenidos privados (multinacionales), que cuentan con mayores recursos. No obstante, creo que es posible generar cambios que ayuden a promover una mayor conciencia social ante determinados temas. Existen importantes segmentos de la población, que lamentablemente no cuentan con el espacio suficiente para poder promover una cultura social más justa e igualitaria, a la vez que solidaria. Y para alcanzar una sociedad mejor, hay que promover cambios en los contenidos, como otro elemento facilitador.

## **5. El futuro de la TV Pública: *¿La segmentación una oportunidad?***

En la actualidad, dada la dinámica imperante de los medios, tenemos múltiples informaciones, donde una noticia tiene una “vida” efímera... de horas, a lo sumo días, pasado “su” tiempo de “primicia” desaparecerá. Al existir múltiples canales de información que “viajan” con nosotros, mediante apps, la TV tradicional, el dispositivo similar al cine, ese “espacio” que en muchos casos era convocante alrededor suyo, iría “perdiendo” espectadores. Uno puede pensar que eventualmente podría llegar a desaparecer, pero estoy convencido que existe un segmento de la comunidad que seguirá consumiendo televisión. El cine, la radio, pasaron por sus respectivas “crisis”, cuando se pensaba que sus espectadores migrarían a otro medio más moderno sin regresar a ellos, como la tv por cable. Pero la realidad, ha demostrado que no fue así. Una parte de la población migro, como lo hacen ahora hacía otros canales como el cable o internet, pero otros espectadores se mantienen, en tanto y en cuanto el producto sea interesante, atractivo. No ocurre lo mismo con los diarios en formato papel. Ya existen grandes y legendarios

periódicos que pasaron o pasaran en forma definitiva al medio digital. Otros desaparecieron.

Todo canal de televisión, que se precie, realiza estudios de segmentación para conocer a su público. La mayoría de las veces esos estudios direccionan la grilla de programación. A pesar de ello, está claro que no se da cobertura a todos los espectadores; producto de la amplitud de la población y sus gustos, donde prima la relación costo-beneficio. En la TV por cable o Satelital se pueden encontrar canales dedicados a temas o segmentos específicos. En la TV pública es posible hacer lo mismo con segmentos de la comunidad poco atendidos y valorizados.

Pensemos en los adultos mayores, muchos de los cuales van perdiendo total o parcialmente la visión y audición, ellos se volcarán al medio que les dé una respuesta a sus necesidades. Ahora bien, con el envejecimiento de la población mundial creciente, (gracias a la extensión de la expectativa de vida), ¿porqué la Televisión no genera acciones para “contener” o fidelizar también a esa población? *La gran mayoría de la producción televisiva, por no decir toda, debería estar subtitulada para los hipoacúsicos. Los informativos deberían tener traductor al lenguaje de señas y subtitulado*, con la tecnología actual y los smartv no resulta imposible de concretar. Pero lamentablemente si seguimos en el camino actual la TV privada, el cable y la TV Publica condenaran al ostracismo a una importante parte de la población.

En el caso de la TV Privada más preocupada por costos-resultados, uno podría “entender” que compita por ganar a la audiencia joven y a los económicamente activos consumidores, pero en el caso de la TV Pública donde también existe la preocupación costo-beneficio, peleando por conquistar el mismo segmento, se espera además otra actitud. Que tenga un plus de conciencia social donde no sólo impere la ecuación de costo-beneficio. Promover un cambio de actitud hacia los adultos mayores y otros discapacitados auditivos/visuales, facilitará un mayor acceso a la información, a la vez que empoderará a un segmento importante de la población, a recuperar su vida social participando en forma activa en sus comunidades. De lo contrario los medios pasan a ser potenciadores del aislamiento de esos colectivos.

Son las Universidades las que deben acompañar en esta lucha desigual a los colectivos minoritarios, pero tengamos presente que hablamos de millones dispersos en el mundo. En Latinoamérica, nos encontramos con importantes segmentos de la población que han sido históricamente postergados por múltiples razones, sobre las cuales no abundaré en este trabajo, dado que el mismo sólo persigue el objetivo de mostrar una visión, sin que ello agote otras y menos el debate de las causas de tales circunstancias, todo lo contrario, aplaudimos e invitamos a la discusión de ideas. Generar una corriente de opinión tendiente a cambiar y ampliar contenidos, es una de las tareas de la docencia e investigación, si a ello le sumamos producciones, esos instrumentos servirán para fortalecer las voces de las minorías a los fines de lograr una adecuación de los contenidos y medios. Estoy convencido que existe un RRHH valioso, e incluso capitales económicos dispuestos a promover un cambio de mirada. Pero es en los centros de formación donde debemos plantear el debate, para que desde allí germinen esas ideas que luego sean plasmadas en investigaciones, documentos, producciones y divulgación científica.

La TV Pública puede y debe ayudar a sembrar conocimiento y/o orientación sobre diferentes problemáticas, sobre todo a aquellos que se encuentran en situación de desventaja sociocultural y económica, entendidos en el más amplio sentido de la palabra. Si ofrece en sus programas pequeños espacios de información y difusión frecuentes, ayudará a la comunidad toda: en unos casos para buscar asesoramiento, en otros para visualizar a segmentos de la población que muchas veces no reciben el trato y la atención que se merecen. Apelo a la inventiva y genialidad de los creadores, escritores, periodistas, docentes y todo el staff que trabaja en los medios de comunicación, a ser rebeldes e inconformistas promoviendo cambios más inclusivos en las producciones, diálogos, personajes, etc...mostrando la realidad, brindando oportunidades, entre tantas acciones posibles, con la finalidad de procurar mayores oportunidades a quienes tienen menos medios y recursos. Hasta en esas acciones uno puede y debe ser inconformista, creativo, rebelde. La genialidad ganará a la falta de originalidad reproductiva de apostar a lo seguro. Más de lo mismo.

Es la difusión masiva, de diferentes experiencias de vida de los múltiples colectivos sociales, que ayudará a visibilizar situaciones y facilitar apoyo. Descubrir

que pueden aspirar a ser como Pablo Pineda e ir a la universidad teniendo Síndrome de Down, ser protagonista de una película o conocer la historia de adolescentes no videntes que escalaron el Himalaya, sólo por citar dos ejemplos de los miles que existen, donde aquello que parece increíble o imposible es perfectamente posible. Estas vivencias de otros semejantes, aún con mayores dificultades, servirán como motor de cambio para las personas, generando entornos más saludables y sociedades más propensas a respetar y valorar las diferencias. De tal manera que las minorías dejaran de ser estigmatizadas o vapuleadas, muchas veces producto de prejuicios enraizados ancestralmente. La educación, la familia, la cultura y la sociedad en su conjunto forman una amalgama de base, pero en la era de las comunicaciones informáticas, los medios son moldeadores y forjadores de modelos a seguir.

## **6. Un desafío**

Partiendo de una idea de rating, la televisión pública, igual que la privada, ofrece contenidos con modelos que se vuelven aspiracionales para el espectador. Sin embargo, fuera de esa mirada reducida, estática y limitada, existe un universo no visto con la complejidad que amerita en el escenario mediático.

La volatilidad de las noticias es incuestionable, tenemos un sin fin de historias y canales de cable especializados en diferentes temas, por supuesto la prensa amarillista tiene amplio espacio de cobertura. Si tomamos por ejemplo el programa internacional argentino “Showmatch” que es un producto con claro tinte sexista, que banalizó y ridiculizó a los ciudadanos, vemos que ha encontrado una fórmula para seguir “vendiendo” el producto, pero *aggiornado*, con la promoción de causas sociales apoyadas por sus participantes (lo cual no está mal), pero basta mirarlo un poco para darse cuenta de la escasa calidad del producto. No obstante, dado su poder de inserción social, por alta audiencia, no existe partido político importante que no mandara a desfilas a sus candidatos frente a sus cámaras, incluso a costa de ser caricaturizados. Tal es así que su conductor “promociona” a sus candidatos amigos, mientras tanto son pocas las voces que critican

un producto exitoso que exhibe a las mujeres como objetos: una muestra más del doble estándar social de los medios y la sociedad.

En la actualidad existen contenidos, sobre los tópicos que aborda el presente artículo, que se encuentran desperdigados. *Generar un espacio de creación de producciones, investigación, recopilación, difusión y cooperación que se interroguen sobre estos múltiples grupos sociales a lo largo de Iberoamérica es una meta posible.* Como son vivenciados, sus experiencias, sus avances y luchas, implicaría toda una serie de posibilidades. Crear una red de TVs Públicas que ofrezca estos contenidos, las “buenas prácticas”, sin lugar a dudas ayudará a la sociedad en su conjunto. Bajo la lupa de “resultados económicos” tal vez podría presentar algún tipo de reparo en cuanto a la rentabilidad, pero si pensamos en el valor agregado social y la riqueza cultural que aportaría, la propuesta es enriquecedora. Imaginemos un espacio en cada canal de TV Pública donde la política institucional sea difundir y promover estas producciones, inclusive accesibles desde la web, similar al Canal Encuentro de Argentina, pero en especialidad en estas temáticas. Esta articulación de recursos no implica necesariamente transmitir todas las producciones, pero si ofrecer un “archivo multi-medial” accesible, actualizado y asesoramiento en la búsqueda de conocimientos.

Los medios pueden y deberían ser el motor del cambio de percepción, que nos permita tomar con naturalidad la diversidad de los otros, eliminando o minimizando las barreras que nos pudieran separar. La inclusión requiere de la participación de todos, con mayor razón de los medios de comunicación estatales como por ejemplo la TV Pública.

## 7. Conclusiones

La humanidad ha transitado por sinuosos caminos, muchos de los cuales fueron teñidos de sangre por no aceptar o comprender las divergencias, sean estas religiosas, físicas, políticas, etc. Las diferencias existen y la intolerancia, debe ser poco a poco borrada. Los medios de comunicación masivos son uno de los instrumentos valiosos con los que cuenta hoy la humanidad. En este cambio social sin fin, todos

los días aparecen nuevos colectivos, desconocidos protagonistas se encuentran en cierne, aún invisibles producto de la metamorfosis constante de la humanidad.

Son los medios de comunicación de masas, los que podrán ayudar a potenciar a los noveles colectivos, gracias a una comunidad global más permeable a recibir contenidos que vayan más allá del modelo ideal de hombre, que como tal es inalcanzable. No desconozco que la escuela, la familia y la sociedad junto a sus respectivos gobiernos, son los responsables de facilitar una mayor aceptación por el otro. Pero los medios, influyen, y la TV Pública, no es un instrumento que debería ser usado como propaganda política del gobierno de turno o para reproducir enlatados que le garanticen un “ingreso económico”.

Sostengo que tiene la gran responsabilidad y obligación, de ayudar a visibilizar a todos aquellos sectores sociales emergentes. La grilla de la TV pública deberá generar espacios para el debate, difusión y asistencia/orientación de los diferentes colectivos que conforman una sociedad. El mensaje de apertura, aceptación y respeto por la diversidad debe ser claramente transmitido por la TV Pública. Los gobernantes, deben generar las acciones pertinentes para que los medios privados también ayuden a promover una mayor integración social y cultural. La inclusión real, requiere de acciones concretas y de políticas de Estado, que se vehiculizan a través de los recursos con los que cuenta los países. Recibir aportes del estado para desarrollar sus actividades, obliga a los medios públicos a ver e ir más allá de lo estrictamente comercial.

Apelo a las instituciones académicas a promover más espacios de reflexión en los claustros, más allá del discurso imperante, hegemónico, de lo económicamente rentable. Aspecto que no desconozco, pero estoy seguro que se puede, sin dejar de lado el producto comercial, promover una mayor amplitud de contenidos que empoderen el respeto, la defensa y aceptación de grupos vulnerables y minorías.

Incorporar en las tramas, mensajes de sensibilización en la presentación del producto, al final de los mismos, en las mismas salas o medios donde se reproducen es una decisión políticamente correcta, y de una profunda rebeldía intelectual, que no dudo muchas personas tomaran como suya. En el mediano

y largo plazo, se producirá un cambio social y cultural que nos elevará a todos como sociedad: la intolerancia dará paso a la aceptación y acompañamiento para con aquellos, que son más vulnerables independientemente de las causas de su padecer.

Brindar información, facilitar la accesibilidad, mejorar la calidad de vida y la integración plena es posible. Sin lugar a dudas nada más propicio que plantear estos temas en la academia, donde confluyen tantas personas que vienen a aprender y brindar conocimiento.

La reflexión, el intercambio de contenidos, la concreción de proyectos de investigación y la difusión multiplataforma, puede encontrar una vía regia en esta Universidad que forma RRHH para toda Iberoamérica.

Me permito proponer a modo de corolario del presente artículo, la creación de un Espacio Multimedial de Cooperación. Una red en la cual convivan diferentes producciones, formatos y canales de difusión. Donde diferentes colectivos puedan referenciar como un espacio de consulta permanente: el Servicio Audiovisual de la Rábida. Institución preclara, que ha planteado el desafío de analizar en el tiempo un derrotero, de sus educandos, a los fines de promover afianzando lazos de docencia e investigación. La UNIA tiene múltiples convenios con las Universidades de Iberoamérica, algunas universidades como las de la Universidad Nacional Tucumán (UNT), tienen su propio canal de Televisión.

Esta plataforma multimedial se nutriría, en principio de los recursos existentes, pero ahora entrelazados:

- 1) Tomemos como punto de partida la UNT que cuenta con los siguientes recursos (a los efectos de la presente propuesta solo destacaremos algunos relacionados directamente): *a-* la carrera de Ciencias de la Comunicación, *b-* la Escuela de Cine, *c-* un canal de Televisión (propio donde el 30% fue expropiado durante la dictadura y a pesar de que han pasado más de 30 años de democracia, el gobierno provincial no ha devuelto ese porcentaje

- a sus legítimos dueños), *d*- una radio y *e*- un campus virtual, para formación y consulta;
- 2) Entendiendo como política institucional de valorización de colectivos vulnerables: estas 5 organizaciones pueden producir contenidos o trabajos científicos sobre algunos aspectos temáticos;
  - 3) Esas producciones son difundidas a través de radio y televisión, además de ser incorporadas a la web institucional (pensemos en contenidos adaptados por ejemplo lenguaje de señas y subtitulados, cursos de orientación, educación de grado/postgrado, etc);
  - 4) Compartidos con la plataforma multimedial dedicada de la UNIA;
  - 5) Desde esa plataforma es tomado por Radio Educación de México, en donde existe uno o varios programas destinados a difundir las temáticas;
  - 6) En la Universidad de Cuenca toman algunas producciones e investigaciones para ser analizados en sus claustros comparando estudios y resultados,
  - 7) Desde la Tv Pública de Colombia se promueve el intercambio de contenidos,
  - 8) Desde el Canal Encuentro de Argentina se facilitan aquellos programas que puedan ser de utilidad para la población objetivo, etc.

Una vez conformada la red, progresivamente podríamos sumar todos los países iberoamericanos, enlazados, aportando sus recursos y difundiendo contenidos: desde un programa de entrevistas, una investigación, un testimonio etc.

Información y contenidos accesibles, descargables, replicable en diferentes países, en un espiral de conocimiento / difusión. En cada país, región, provincia o universidad se conformaría una unidad u oficina de enlace, destinada a recepcionar

/ difundir el material que será aportado junto al disponible en la plataforma Multi-medial. Esta delegación, debe contar con un RRHH adecuado en el asesoramiento y orientación para la atención de personas con distintas necesidades.

Ese recurso producido, disperso, inalcanzable para vastos sectores, estaría puesto al servicio de la comunidad, y ayudaría al empoderamiento de grupos postergados en sus aspiraciones de crecimiento integral.

No olvidemos que la TV Pública y la Radio pueden llegar a donde no llegan otros medios sea por un tema económico o geográfico. Estos instrumentos deben ser utilizados como aliados de la Educación y en los procesos de salud: por su bajo costo, alto impacto, marcando una diferencia sustancial para favorecer su uso por aquellos que por múltiples razones no pueden llegar a centros de atención o escuelas.

Si la TV Pública ofrece espacios de difusión sobre diferentes temáticas relacionadas con diversos colectivos, las barreras mentales, institucionales, organizacionales y arquitectónicas desaparecerán paulatinamente, dando lugar a una sociedad más integra.

## Referencias

- DEL RIO PEREDA, P. (1996). *Psicología de los medios de comunicación*. Madrid: Editorial Síntesis.
- FOUCAULT, M. (1992). *Microfísica del Poder*. Madrid: Las Ediciones de la Piqueta.
- FREUD, S. (1986). *Obras Completas, Tomo XIV, ("Contribución a la historia del movimiento psicoanalítico», Trabajos sobre metapsicología, y otras obras) y Tomo XXI, ("El Malestar en la Cultura")*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- LACAN, J. (1998). *Seminario XX – Aun*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- OLIVAN, M. J. (07 de junio de 2017). <http://borderperiodismo.com/>. Recuperado el Junio de 2017, de <http://borderperiodismo.com/>: <http://borderperiodismo.com/2017/06/07/medios-fallutos-en-tiempos-de-niunas-menos-solo-un-tercio-de-mujeres-son-conductoras/>

- OMS. (2014). <http://www.who.int/>. Recuperado el julio de 2017, de [http://www.who.int/gho/publications/world\\_health\\_statistics/2014/fr/](http://www.who.int/gho/publications/world_health_statistics/2014/fr/)
- OMS. (Setiembre de 2015). <http://www.who.int/>. Recuperado el 10 de Abril de 2017, de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs404/es/>
- OMS. (Noviembre de 2016). <http://www.who.int/es/>. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de <http://www.who.int/es/>: <http://www.who.int/topics/disabilities/es/>
- OMS. (2015). <http://www.who.int/topics/ageing/es/>. Recuperado el mayo de 2017, de <http://www.who.int/topics/ageing/es/>: [http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/186466/1/9789240694873\\_spa.pdf](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/186466/1/9789240694873_spa.pdf)
- PALMA, R. D. (mayo de 2014). <https://www.cepal.org/es>. Recuperado el Abril de 2017, de <https://www.cepal.org/es>: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/36781-analfabetismo-funcional-america-latina-caribe-panorama-principales-desafios>.

## CAPÍTULO 13

# EL “CINE DE MUJERES” EN MÉXICO: UN CONCEPTO ENTRE EL GÉNERO DE EMISIÓN Y LA INTENCIÓN DECONSTRUCTIVA

DIANA ELISA GONZÁLEZ CALDERÓN

### 1. Introducción

Hace años tuve la oportunidad de ver el film “Curvas graciosas” (1997) de la directora finlandesa Kiti Luostarisen y descubrí una mirada diferente en torno a las mujeres. El film mostraba a mujeres “reales” en cuanto a estética, edad, circunstancia y su experiencia de vida en torno al cuerpo. El discurso hacía referencia a la expectativa que genera la publicidad y las vivencias cotidianas que se inscriben en el cuerpo como en un lienzo: cicatrices, la experiencia de la maternidad o la vejez. Se hizo evidente la existencia de una mirada “distinta” sobre las mujeres y aún más, confrontó mi propia experiencia de género. Tal hecho, motivó una inquietud personal por entender la visión de su directora y el impacto que me generó como espectadora.

A través de este documento, pretendo mostrar lo que es la imagen como constructo, la mirada cinematográfica en sus historias y sus representaciones desde una posición diferente de emisión, mirada que encierra una postura ideológica y

que se vislumbra como una mirada deconstructiva del cine clásico, la cual, en México, ha perpetuado imaginarios que han encasillado y parcializado los roles de género a través de una narración y representación tradicional. Lo anterior, sin perder de vista la centralidad que mueve este documento que es entender el concepto “cine *de* mujeres”, diferenciándolo del cine hecho *para* mujeres y cine hecho *por* mujeres; lo que implica una discusión entre el género de la autoría y la intención específica deconstructiva, según el concepto de Claire Johnston (1973).

Parto de un corpus teórico que hace referencia a la Teoría Fílmica Feminista como mirada que confronta y deconstruye. A través de la mirada de las diferentes autoras que componen este universo teórico, se plantea desnaturalizar ciertos supuestos. También se retoman elementos de la teoría de la imagen y la representación por considerar que la manera de “nombrar” desde la imagen, comprende un planteamiento ideológico; siendo una “puesta en escena”, que posiciona al cine como un medio complejo de significación.

Se parte del referente cultural de género planteado en el cine de la época de oro en México, en cuanto a riqueza de constructos que han permeado en generaciones y más allá de sus fronteras, llegando a ser un referente de identidad latinoamericano.

Se ha conceptualizado el producto cinematográfico dentro de un proceso de comunicación, ya que los estudios de emisión cobran especial importancia al ser objeto de análisis de las intenciones e ideología que se inserta y que llega a un público específico. Los medios y el cine tienen gran influencia en cuanto a usos y costumbres, por hacer visible lo permitido socialmente. Es una oportunidad de mirar como estrategia estos espacios para que promuevan la inclusión y la mirada compleja del sujeto hombre o mujer, y desnaturalizar los estereotipos que plantean las miradas mediáticas y que promueven inequidad de género.

El corpus de análisis fue constituido por diversas obras cinematográficas que considero representativas de esta mirada deconstructiva y que abonan a la reflexión que plantea este documento: discutir si el género de emisión determina

una ideología en la mirada al sujeto representado. Se parte de la premisa de que el género de quien emite estos productos culturales, no supone *de facto* una mirada crítica desde la representación.

Mostrar una visión distinta del ser humano, donde se rompan estereotipos y se muestre su complejidad, es uno de los grandes aportes de ciertos productos mediáticos. El cine fue un gran educador de las maneras y las expectativas asignadas a cada género, basta recordar el impacto que tuvo el cine de la época de oro a la comprensión de ser hombre o mujer en México. La llegada de la televisión y en específico las telenovelas, desarrollaron sus propios constructos basados en una representación estereotipada y en una narración que pocas veces retaba el eterno “Cenicienta”, en donde muchas generaciones fueron formadas con estos consumos y su consecuente afectación aspiracional.

El interés de este documento, es reflexionar en torno a la mirada que se gesta desde la imagen fílmica y que desde el concepto referido deconstruye lo visto durante mucho tiempo en México.

## 2. Nuevas miradas

En el contexto político de los setentas, surge el movimiento feminista que desarrolló un proyecto de crítica del planteamiento de género como poder social y cultural, que trajo consigo un conjunto de reflexiones alrededor de las mujeres. Los modos de producción y el contenido de las representaciones fueron elementos de la discusión generada.

*El MRI es un concepto generalizador que permite analizar las tendencias culturales dominantes, la relación entre sus contenidos y sus formas. Sin embargo, se trata de un concepto que debe ser contextualizado en cada análisis...* (Millán, 1999: 38).

Noel Burch (1987) refiere que un Modelo de Representación Institucional (MRI) aterriza en los constructos que derivaron del cine hollywoodense en la

década de los 40's, llamado clásico al haber configurado un imaginario social de gran influencia, lo que normalizó la forma y expectativa a cada género. De aquí que en un MRI se establezca una configuración de lo masculino y lo femenino como un aprendizaje cultural.

Las mujeres son vistas como ...*como objetos de deseo, adoración o violencia, sujetos pasivos, castigados si se atreven a plantearse una actitud activa, a desear o cuestionar el modelo hegemónico de “ángel del hogar”, y atrapados por la imposibilidad de salir de las figuras complementarias y yuxtapuestas de madre/femme fatale, virgen/puta* (Colaizzi, 2001:7-8).

Laura Mulvey (1988), aborda el placer que genera la mirada del receptor frente a la mujer como espectáculo visual. La mujer está asignada a un rol pasivo al ser observada, en contraste con la observación activa asignada al hombre.

La mujer es dependiente de un discurso patriarcal que la nombra y asigna valor, otorgando status y permisividad de acción. No es dueña de su propia imagen pues es concebida desde un imaginario patriarcal que otorga sentido (Castro, 2002). La mujer ficcional, se construye como objeto mercantil que se muestra a partir de una segmentación, generando la idea de que ser “más” mujer se relaciona con grandes senos, lo que es un referente para la imagen erótica y sexual.

Dentro del imaginario, las mujeres han sido reducidas a ser objeto sexual, víctimas y dependientes a realizar ciertas acciones, es decir, condicionadas a usar una “máscara de la feminidad”, según lo señaló Mary Ann Doane (Colaizzi, 2002), entendiendo la idea de feminidad como un constructo.

En 1973, Claire Johnston acuñó el concepto “cine de mujeres” como una estructura deconstructiva de la rigidez y limitativa mirada clásica en cuanto a representación y su rol en la narración. Tal propuesta, hizo evidente el origen artificial de los modelos clásicos, al dar valor a la subjetividad de las miradas femeninas.

El concepto supone la participación de las mujeres desde el ámbito de emisión, lo que supone cierto “poder” en el discurso que se construye, con la posibilidad y riqueza de desnaturalizar el constructo mujer desde la experiencia propia.

*De lo que se trata, entonces, no es destruir el ‘placer narrativo y visual, sino más bien la construcción de otro marco de referencia, uno en donde la medida del deseo no sea ya el sujeto masculino’ (De Lauretis, 1992; citada en Castro, 2002:30).*

### **3. Un modelo de representación institucional mexicano**

El modelo de representación institucional (MRI) que derivó de las producciones hollywoodenses de los 40’s, instauró ciertos parámetros estéticos, de comportamiento y de relación. Siendo un cine que configuró expectativas, su gran influencia fue modelo para el cine de la llamada “época de oro” en México e instauró sus propios imaginarios.

México, favorecido por la situación de Guerra a Nivel Mundial, aprovecha su potencial humano y circunstancia histórica-cultural para dar lugar a una de las etapas artísticas más productivas de su historia y de gran influencia cultural para el resto de Latinoamérica. La época de oro del Cine mexicano conformó un universo de conocimiento para el pueblo. Para el extranjero México tuvo un rostro, un escenario y una música de fondo, en el imaginario nacional y extranjero México era Jalisco y la música era ranchera.

México impulsó su propio *star system* con rostros e historias que preservaban la moral frente a los vicios de la modernidad. Carlos Monsiváis (1994) señaló: “el mexicano aprendió a ser mexicano a través del cine”.

Lo fílmico enseñó una manera de ser y sentir a lo mexicano: el machismo en pantalla reforzó las prácticas dominantes en lo cotidiano y la idea del amor incondicional, abnegado y de propiedad dio forma a la mujer. Tales variantes antagónicas, supusieron la excepción de pecado para unos y la condena absoluta

para otras, así como una configuración sin tintes intermedios, sino más bien polarizada: "buenos y guapos" contra "malos y feos", es un ejemplo. De igual manera el título de muchos de los filmes importantes de la época reforzaron el matiz asignado a cada género, ejemplo de ello, son películas como "Santa", "Victimas del pecado", "Aventurera", "Enamorada", "Las abandonadas", "Trotacalles", entre otros. Tal exacerbación del concepto y la forma, favoreció el objetivo ideológico del melodrama: "...satisface una necesidad masturbatoria, es pornografía emocional, [...] donde la autocompasión de sí misma y las lágrimas empujan a la espectadora a aceptar su sitio en lugar de rehusarlo..." (Haskell, 1974:154-155).

El referente de identidad, validó una forma y un modo para enfrentar el dolor y el amor, haciendo del tequila y la música mexicana un recurso catártico de las emociones.

Dentro del planteamiento de la idea de mujer y hombre, es de resaltar la mirada de Emilio "el indio" Fernández, uno de los directores mexicanos más reconocidos de la época, de quien Julia Tuñón entrevista y señala:

*El director considera que ha mostrado sus ideas en sus películas: 'en muchas cosas [...] como yo trato a las mujeres... haciéndolas femeninas, demandándoles una moral, un vibrar, cierto orgullo, cierta dignidad, naturalmente, ¿no?, pero siempre las quiero tener como perros fieles, sumisas al hombre y el hombre digno de matarse por la defensa y el honor de su mujer [...] y [por] la construcción de una familia (entrevista a Fernández por Tuñón, 2000:51).*

Tal idea, podría reducirse al ámbito personal, si no fuera porque en sus films vació esta visión limitante que sirvió de referencia a generaciones en el trato jerárquico e inequitativo.

Diversos autores señalan a la madre y a la prostituta, como los referentes más importantes del género femenino, lo que tiene fundamento en la comprensión cultural de la realidad a partir de opuestos radicales y con origen en los personajes antagonicos de la cultura religiosa.

En este momento histórico, surge una de las primeras miradas críticas al constructo del cine mexicano de la época de oro: Matilde Landeta. Trabajó en más de 70 películas con importantes directores de la industria como: Julio Bracho, Agustín Delgado y Emilio Indio Fernández, entre otros; en un contexto que no confiaba en las mujeres para dirigir cine y donde se instauraron muchas de las representaciones predominantes de la época en torno al género. Su debut llegó en 1948 con *Lola Casanova*. Después realizó *La Negra Angustias* (1949) y *Trotacalles* (1951), pero fue vetada 40 años, hasta que en 1991 filmara su última película: *Nocturno a Rosario*.

*El boicot que sufrí fue porque les estorbé. [...] Cuando el cine mexicano era un cine misógino que presentaba mujeres que sólo servían para ser madres o prostitutas, yo traté de resucitar a la mujer verdadera...* (Matilde Landeta por Peguero, 1991: 27).

El cine de Matilde Landeta mantiene una tesis claramente deconstructiva que trata de mostrar con la adaptación de las historias. Tesis que se opone al constructo de género de la época y en el que ella intenta una representación más cercana a la experiencia real de las mujeres y menos estereotipada.

#### **4. Cine de mujeres en México**

El Colectivo Cine-mujer surge en 1978 por estudiantes del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos: "hacer cine para este grupo era a la vez una práctica y un motivo de reflexión sistemática sobre los motivos y las formas de opresión femenina" (Millán, 1999: 114). Se plantearon abordar temas "difíciles" para la sociedad del momento, aunque una de las integrantes del colectivo, menciona Margara Millán (1999), señalara años después que la mejor militancia debió de haber sido hacer buen cine, más que presionarse por abordar ciertas temáticas.

En muchas de estas películas se muestran algunas preocupaciones femeninas, muchas invisibles para la mirada tradicional. Del universo de representaciones

referido al respecto del cine de mujeres en México, es necesario identificar algunos criterios de deconstrucción:

Las temáticas: el cine de mujeres ha privilegiado hablar de temas poco visibles en la experiencia de un cine tradicional de corte patriarcal. En muchas películas bajo este concepto, se hacen visibles ciertas temáticas que reclaman los derechos esenciales de las mujeres y del ser humano en general.

La mirada: Desde la producción, identificar dos miradas consideradas antagónicas, obliga a preguntar: ¿hay diferencias entre la mirada masculina y la mirada femenina en la manera de construir las representaciones de género y por lo tanto, de abordar las historias? Pregunta donde intervienen dos ámbitos: el contenido de lo mostrado y el modo como esto se muestra. Barbara Zecchi señala que la mirada femenina "no insinúa sino dice, no deja entrever, sino enseña. La representación del cuerpo no sugiere, sino que es directa, gráfica, presentada bien con afecto o con desafío [...] son por lo general cuadros que no tienen espacio en la estética dominante..." (Zecchi, 2005:134). De igual manera, autoras del feminismo francés plantearon la femineidad como un desafío al propio pensamiento, al desligarse de la centralidad masculina, es decir, una manera de ser, sentir y desear, ausente en las referencias culturales de las mismas mujeres.

## 5. La autoría del género de emisión

*...se puede llegar a la conclusión de que podría producirse una transformación en el terreno de las representaciones si hubiera mayor número de mujeres artistas, ejecutivas de la publicidad, directoras de cine...* (Kuhn, 1991:19-22).

En el marco de una cultura androcéntrica, es fácil toparse con la disyuntiva de como nombrar algo que no ha sido nombrado en referencias culturales. Margarita Millán lo señala: "La modificación del horizonte de la representación debe

enfrentar propiamente el problema del lenguaje" (Millán, 1999:39). La discusión de diversas autoras, señalan la imposibilidad de representar lo que no ha sido representado. Es aquí donde toma importancia la subjetividad, para que enuncien desde su experiencia la idea de mujer con las variantes y circunstancias que lo enmarcan y, por lo tanto, deconstruir con ello la idea generalizadora.

Si bien, la idea de feminidad ha sido enseñada culturalmente a través de poses, encajes, depilaciones entre un amplio etcétera, se requiere fortalecer un nuevo discurso de emisión que sea planteado desde otro marco de referencia-sujeto-mujer, para su apropiación. De ahí la importancia de fortalecer la participación de las mujeres en la esfera de la producción cultural.

*Una mujer que se coloca detrás de la cámara ha superado la histeria de pensarse solo en función del otro. Ha conquistado su palabra y su mirada situándose a contrapelo de la presión social, de los tópicos, de la historia y, por supuesto, de sus propios miedos y fantasmas (Aguilar, 2002:75).*

## **6. La intención deconstructiva**

Suponer que, a mayor participación de las mujeres desde un ámbito de emisión, podría modificar el constructo y relación entre géneros, es una falacia que pone en discusión el papel determinante de las mujeres en el interior de la familia, mismo que ha contribuido a la perpetuación de roles inequitativos, razón por la que no debería considerarse un cambio *de facto*, aunque sí se podría esperar que se filtre –hasta de manera inconsciente– una mirada distinta a ciertos temas, pues la experiencia de vida conforma una postura y manera específica de abordar los sucesos cotidianos.

Alrededor del 40% de cineastas en México son mujeres, a las cuales no se les asigna un porcentaje similar en cuanto a los recursos destinados a la producción. Y aún más, de las que llegan a producir cine, son pocas las que han aportado una mirada crítica al mundo de las mujeres y sus problemáticas.

Las problemáticas en torno a la representación y donde se identifica la intención deconstructiva que señala el cine de mujeres son:

### **La posición de la mujer en la narración**

En el modelo de representación institucional, la mujer es definida en función del hombre y a la espera de la actividad que es asignada al varón. Pasividad que limita sus méritos, alcance y expectativa. En la *Negra Angustias* (1949) de Matilde Landeta, la directora reescribe el final de la obra original de Francisco Rojas González por considerar que no otorga la suficiente dignidad a la protagonista. En esta obra, la “negra” se reinventa por despecho a los hombres y asume el riesgo social que supone participar activamente en la revolución mexicana y hacerse dueña de sus pasos, aunque para lograrlo debe masculinizarse como único camino de libertad.

“Danzón” (1991) de la directora mexicana María Novaro presenta una historia de mujeres hablando de mujeres, en sus preocupaciones y deseos. Visibilidad que se repite en “*Los pasos de Ana*” (1989) de Maryse Sistach. Ana, la protagonista, registra en video cada paso de su día, lo que es un aporte a la visibilidad de la mujer y su experiencia real de vida.

### **Del singular al plural y la estética de lo femenino**

En su gran mayoría, la configuración de la idea “mujer” ha sido vista de manera generalizadora, codificación que omite la diversidad, la pluralidad, la variedad y la subjetividad en la pantalla.

El concepto de estética evoluciona a razón de un contexto histórico y cultural, por lo que al unificar la estética se omite la complejidad identitaria.

La “mascarada de feminidad” o la idea estética de feminidad como constructo que señaló Mary Ann Doane (Colaizzi, 2002), se hace presente en “La negra Angustias” de Matilde Landeta (1949), cuando la protagonista decide enamorarse al profesor del pueblo y recurre al artificio para enamorarlo.

Otro ejemplo, es “Perfume de violetas” (2000) dirigido por Maryse Sistach, “Ángel de fuego” de Dana Rotberg (1992). Así como “Japón” (2000) y “Batalla en el cielo” (2005) de Carlos Reygadas, “Año Bisieto” (2010) de Michael Rowe, “El lugar sin límites” (1977) de Arturo Ripstein o “Doña Herlinda y su hijo” (1984) de Jaime Humberto Hermosillo, todos ellos ejemplos donde se hace visible un universo de personajes complejos, variados, alejados del estereotipo y por lo tanto, ausentes históricamente en el escenario de los medios.

### **La representación del deseo femenino**

*¿Cómo se aborda en el cine la sexualidad femenina? Muy simple, un señor penetra a una señora y acto seguido —oh, milagro— ella se pone a orgasmear. Todas nosotras sabemos que esto no va así de ninguna manera. ¿Por qué, entonces, no lo desmentimos? ¿Por qué no reivindicamos tranquilamente nuestra sexualidad? No lo hacemos porque la pauta —en lo que respecta a la sexualidad— es la penetración (Camí-Vela, 2001:105).*

En cuanto a la representación del deseo femenino, es importante vincular el tema a la relación de las mujeres con su cuerpo. El cuerpo de las mujeres ha sido tomado por los diversos discursos institucionales de tipo religioso, médico, social, mediático, entre muchos otros, que han impedido una vivencia plena como espacio de apropiación y enunciación.

En “La negra Angustias” (1949) de Matilde Landeta, la protagonista declara su amor de manera directa y le propone matrimonio al maestro Manuel. En “Danzón” (1991) de María Novaro se visibiliza el deseo femenino con un origen no exactamente de vínculo sexual, pero sí desde la experiencia de baile. En “Japón” (2002) de Carlos Reygadas, se representa una escena sexual entre una mujer anciana e indígena con un hombre de edad menor, lo que visibiliza diversas ausencias en el marco del escenario mediático: ser mujer-sexual-anciana e indígena. Otra obra del mismo director “Batalla en el cielo” (2005), democratiza el deseo en la visión de personajes ajenos a la estética tradicional. “Hacer visible lo invisible” como dice De Lauretis, será un destello en la obra de Reygadas, camino necesario y de aprendizaje a la mirada en un contexto como México. Por su parte, el también director contemporáneo Michael

Rowe en "Año bisiesto" (2010), viste como el sujeto del deseo a una mujer indígena, ajena al escenario de las representaciones mediáticas y hace evidente las múltiples formas de complacer ese deseo. Representación que nos lleva a la complejización del ser humano a través del laberinto del amor, el deseo, el vacío y la cotidianidad.

## **7. A manera de conclusión**

Cada vez son más las mujeres que hacen cine en México. Hacer un buen cine sería la consigna más importante, pero el presente documento ha intentado mostrar que el énfasis deconstructivo no viene del género de emisión, sino de la intención por mostrar la complejidad, como pudo hacerse evidente en la obra de diversos directores nombrados.

Si los medios normalizan a través de sus representaciones lo que es válido socialmente, es de gran importancia entender el cine como un medio complejo y que podría ser de gran influencia en los necesarios cambios sociales que se requieren, tal es el caso del combate a la violencia de género, la defensa de la igualdad de derechos, de los derechos humanos, el respeto al medio ambiente y a los animales, entre otros. Por lo que algunos pendientes respecto al tema serían:

1. Reflexionar desde la imagen en torno al cuerpo más allá del estereotipo.
2. Favorecer la enunciación de la complejidad del sujeto hombre y mujer desde la circunstancia. Es decir, las mujeres deberían enunciar la idea de lo femenino desde su propia experiencia, lo que va en contra de la visión unitaria.
3. Hacer visible que en las representaciones mediáticas, la variedad es riqueza cultural. Reconocer la experiencia femenina desde espacios urbanos y rurales en las variantes de la edad, el contexto y la circunstancia.
4. Replantear las masculinidades desde el nuevo marco de referencia que son las mujeres hoy en día. En los últimos años, la reflexión en torno a

la experiencia femenina ha ganado terreno, tal es el caso de la idea de sororidad contra la violencia a las mujeres o el empuje a políticas públicas desde la educación con enfoque de género. Muy opuesto a la idea tradicional de masculinidad que se ha planteado como constructo rígido inamovible y anacrónico.

Al momento de escribir este documento y revisar diversas producciones cinematográficas, confirmé que la intención deconstructiva sea cual sea el género de emisión abona a una causa necesaria y que beneficia a todos. Si bien, el cine de mujeres atendió a un momento histórico que visibilizó la ausencia de las mujeres desde el ámbito de producción, el concepto eso es, un concepto deconstructivo que ha servido para desnaturalizar el constructo y entender que el tema requiere de un cambio de paradigma a nivel social. Por ello, es de destacar la mirada de directores que, con su producción, aportan a la complejidad ausente del estereotipo tradicional.

Dicha complejidad, permite que en la experiencia espectral se favorezca la identificación con los personajes, sus historias y circunstancias; y si el cine ha sido históricamente vehículo de educación no formal es, por lo tanto, una oportunidad de mover conciencia hacia nuevos modelos de relación social.

Si bien, la autoría femenina no es obligatoria, si es necesario privilegiar que sean las propias mujeres quienes generen la idea de feminidad y, por lo tanto, sean dueñas de su propia imagen. Tal bocetaje y escritura aún naciente en los medios, será posible si, y solo si, hay más mujeres que desde el ámbito de la emisión generen estas reflexiones desde su propia experiencia de género. Acción que debe ser recíproca con la necesaria deconstrucción de la idea de masculinidad. Repensar la masculinidad, favorecería un nuevo marco de relación con el otro y la otra. Desde la representación, la construcción de las feminidades y masculinidades debe seguir evolucionando a razón de los cambios sociales y contextuales.

En la experiencia ante la imagen fílmica, ha sido agradable descubrir otras miradas valiosas en su planteamiento intrínseco. Decidir hablar de ciertas producciones atendió a la riqueza que encontré en sus propuestas fílmicas más allá del género

de emisión, donde se hace visible el aporte deconstructivo en directores como Arturo Ripstein, Jaime Humberto Hermosillo, Michael Rowe o Carlos Reygadas, entre otros; quienes muestran una mirada alejada de estereotipos y retadora en cuanto a paradigmas sociales y de lo planteado en los medios. De igual manera, revalorar la obra de una pionera cinematográfica como Matilde Landeta o el aporte de María Novaro, Maryse Sistach entre otras, abre la puerta a una mirada sensible y valiosa de las mujeres y su producción, hacia lo que tradicionalmente había sido su representación; por lo que apoyar la participación de más mujeres en la esfera cultural, no es un “chance” ni oportunidad otorgada, es ausencia que ya no puede ser contenida arbitrariamente, pues el brillo emerge por mérito propio.

La estética mediática es trampa que condiciona nuestra percepción, razón por la que fomentar la pluralidad, la variedad, la presencia y la complejidad harán pago a la deuda que la sociedad y la cultura tiene, con las mujeres y su historia.

## Referencias

- AGUILAR, P. (2002). Cine de mujeres para todas, por favor, en *Diez años de la muestra Internacional de filmes de mujeres de Barcelona*. Paidós. España pp 67-76.
- BURCH, N. (1987). *El tragaluz del infinito*. Madrid: Cátedra.
- CAMÍ-VELA, M. (2001). “Mujeres detrás de la cámara. Entrevistas con cineastas españolas de la década de los 90”. Madrid: Ocho y medio.
- CASETTI, F. (2000). *Teorías del cine*. Madrid. Cátedra.
- CASTRO RICALDE, M. (2002). Feminismo y teoría cinematográfica. *Escritos, Revista de Ciencias del lenguaje*. Num 25. Enero - junio. pp. 23-48.
- COLAIZZI, G. (2002). Cine e Imaginario Sociosexual, en Selva M. y Solà A. (compiladoras) *Diez años de la Muestra Internacional de Filmes de Mujeres de Barcelona*. Barcelona: Paidós. pp. 41-56.
- COLAIZZI, G. (2001). *El acto cinematográfico. Género y texto fílmico*. Lectora 7. España.
- DE LAURETIS, T. (1992). *Alicia ya no*. España: Cátedra.

- DOANE, M.A., “The Desire to desire” en Colaizzi, G. (2002): “*Cine e Imaginario Sociosexual*” en Selva M. y Solà A. (comp.) “*Diez años de la Muestra Internacional de Filmes de Mujeres de Barcelona*”. Barcelona: Paidós. pp. 41-56.
- HASKELL, M. EN COLAIZZU, G. (2002). “*Cine e Imaginario Sociosexual*” en Selva M. y Solà A. (compiladoras) *Diez años de la Muestra Internacional de Filmes de Mujeres de Barcelona*, Barcelona: Paidós. pp. 41-56.
- IRIGARAY, L. (1992): *Yo, tú, nosotras*. Madrid: Catedra/Universidad de Valencia/Instituto de la mujer.
- JOHNSTON, C. (1973): *Notes on woman’s cinema*. Londres: Seft.
- KUHN, A. (1991). Cine de mujeres. Feminismo y cine, en *Signo e imagen 25*. Madrid: Cátedra.
- MILLÁN, M. (1999). *Derivas de un cine en femenino*. México: PUEG/Miguel Ángel Porrúa.
- MONSIVÁIS, C. (1994). “Vino todo el pueblo y no cupo en la pantalla” en *A través del espejo: El cine mexicano y su público*. México: El milagro/IMCINE.
- MULVEY, L. (1988). Placer visual y cine narrativo, en *Eutopías 2ª*. Época, Volumen 1. Centro de Semiótica y Teoría del Espectáculo, Universitat de Valencia & Asociación Vasca de Semiótica.
- PEGUERO, R. (1991). “Después de 40 años de ausencia regresa Matilde Landeta al set cinematográfico” de La Jornada, sección cultura, 31 de julio de 1991. P. 27 en [Correcámara.com.mx](http://www.correcamara.com.mx), Portal del cine mexicano y más. Consultado el 10 de agosto de 2017. Disponible en línea en [http://www.correcamara.com.mx/inicio/int.php?mod=perfiles\\_detalle](http://www.correcamara.com.mx/inicio/int.php?mod=perfiles_detalle).
- PÉREZ CORTÉS, F. (2001). *El diseño de la feminidad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- TORRES, P. (2008). La recepción del cine mexicano y las construcciones de género, ¿formación de una audiencia nacional?, en *Revista de estudios de género. La ventana*, núm. 27. pp. 58-103.
- TUÑÓN, J. (2000). *Los rostros de un mito. Personajes femeninos en las películas de Emilio Indio Fernández*. México: CONACULTA, IMCINE.
- ZECCHI, B. (2005). Idiosincrasias filmicas del cuerpo de la mujer por la mujer. En *Los hábitos del deseo. Formas de amar en la modernidad*, Carme Riera, Meri Torras, Isabel Clúa y Pau Pitarch, eds. Barcelona: Ediciones ExCultura.

## CAPÍTULO 14

# PROPUESTA METODOLÓGICA PARA ABORDAR LA DESIGUALDAD DE GÉNERO EN LA ECONOMÍA DIGITAL MEXICANA

ALEXANDRO ESCUDERO NAHÓN

### 1. Antecedentes del problema

El acceso y el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC), como los dispositivos móviles, las computadoras y la internet, son actividades fundamentales para tener oportunidades educativas, laborales y ciudadanas en la sociedad del conocimiento (Sum & Jessop, 2013).

Una de las características principales de la sociedad del conocimiento es que sustituye la economía basada en el procesamiento industrial de insumos físicos y recursos naturales por actividades intelectuales que generan capital intangible en plataformas digitales (Powell & Snellman, 2004). Por eso, la fuerza laboral de la sociedad del conocimiento requiere competencias digitales y un pensamiento complejo para poder participar en la “economía digital”, que es el escenario donde convergen las tecnologías digitales y los sistemas ciberfísicos de producción (OECD, 2014; Rose, 2016; Schwab, 2016).

La economía digital está compuesta por mercados basados en tecnologías digitales que facilitan el comercio de bienes y servicios a través del comercio electrónico. La expansión de la economía digital ha sido un motor clave del crecimiento económico en los últimos años y está influyendo cada día de manera más directa en el bienestar de las personas (OECD, 2013b). Por ejemplo, estudiar, encontrar un trabajo, ascender en el empleo, obtener información oportuna sobre salud y seguridad, o participar democráticamente, son actividades que se realizan de manera conveniente con tecnologías digitales.

Antes de la consolidación de la economía digital, el acceso a las TIC era un problema que provocaba una brecha digital entre las personas. La brecha digital puede entenderse como la incapacidad que las personas tienen para acceder físicamente a una computadora habilitada para usar Internet, así como a los consumibles y a los aparatos periféricos que requiere esa computadora; asimismo, la brecha digital contempla la incapacidad de pagar el servicio de internet. Diversos estudios han demostrado que el acceso a las TIC se ha incrementado rápida y significativamente en todo el mundo. Esto significa que la “brecha digital” se está cerrando paulatinamente (Guillén & Suárez, 2005). Sin embargo, esto no ha garantizado la igualdad de oportunidades en la economía digital para varios grupos en situación de vulnerabilidad, como algunas mujeres, las personas indígenas, las personas con menos estudios formales, las personas de la tercera edad o las personas pobres (Dimaggio, Hargittai, Celeste, & Shafer, 2004; Ono & Zavodny, 2007). Ahora, el término desigualdad digital se relaciona con las pocas oportunidades que tienen las personas para adquirir habilidades digitales, el tipo de uso que hacen de las aplicaciones digitales, y los beneficios que obtienen de esa actividad digital (Leaning, 2017). Por eso, es más apropiado mencionar que la sociedad del conocimiento está provocando diversas desigualdades digitales, provocadas por desigualdades previas, pero que enfatizan la situación de vulnerabilidad de esos grupos (Alva, 2015).

Diversos organismos académicos han demostrado que para que un país se inscriba plenamente en la sociedad del conocimiento es necesario cerrar la brecha digital, pero esto no es suficiente (Mishra, 2017). Además, deben erradicarse los

factores estructurales que excluyen sistemáticamente a los grupos en situación de vulnerabilidad de la economía digital.

Una desigualdad digital relevante es la que afecta actualmente a algunas mujeres porque las excluye de los beneficios económicos de la tecnología digital y porque está exacerbando las desigualdades que ellas previamente padecían (OECD, 2007; Ono & Zavodny, 2003). Los niveles de desigualdad, pobreza y vulnerabilidad que ubican a las mujeres distantes del acceso a las nuevas tecnologías, a la educación, a la generación de conocimientos y al trabajo remunerado, constituye un ejercicio sustantivo al momento de proponer la transición hacia una sociedad del conocimiento. Una economía digital será sólida y potente solo si es capaz de formular políticas públicas sensibles a la inclusión digital de género para que ellas participen en igualdad de oportunidades con su talento y sus iniciativas de autoempleo (DiMaggio & Hargittai, 2001; Farlie, 2003). En este sentido, México enfrenta el doble reto de, por un lado, acelerar la consolidación de una economía digital y por el otro, lograr que esta consolidación sea equitativa. Si esto ocurriera así, se aprovecharía plenamente el talento de toda su población, al favorecer la inserción de las mujeres capacitadas no sólo en tareas operativas, sino también en aquellas de alto contenido tecnológico, en la gestión y en la dirección (PNUD, 2010).

Debido a lo anterior, actualmente son necesarios estudios sobre el acceso y el uso de las TIC desde marcos conceptuales y metodológicos complejos que permitan entender por qué, si la brecha digital está decreciendo, las desigualdades de la economía digital están aumentando. De acuerdo con estudios sobre economía y perspectiva de género, una vez comprendidos los factores de exclusión digital sería necesario diseñar políticas públicas capaces de empoderar digitalmente a las mujeres (De Villota, 2004; Mishra, 2017).

## **2. Justificación de la investigación**

La economía digital permite que las personas realicen actividades laborales con cierta flexibilidad en términos de horarios y espacios. Por eso, algunos estudios

suponían que esta situación beneficiaría a las mujeres, pues así podrían ellas combinar el trabajo remunerado con las responsabilidades de cuidado que frecuentemente asumen (Blofield & Martínez, 2014).

Además, la automatización de los procesos productivos con software especializado está reemplazando los trabajos rutinarios con robots, dando a las mujeres una ventaja laboral, ya que ahora ellas superan a los hombres en la mayoría de las evaluaciones sobre rendimiento educativo (OCDE, 2016).

Sin embargo, varios análisis más detallados realizados con perspectiva de género a nivel mundial han demostrado que la digitalización de la economía, por sí misma, no erradica las desigualdades, en general, y mucho menos la desigualdad de género en particular. De hecho, la economía de la sociedad del conocimiento, que basa sus valores en un ímpetu por el autoempleo y el emprendimiento, está favorecido más a los hombres que a las mujeres (Duffy & Pruchniewska, 2017). En efecto, ellas son más reacias a iniciar un negocio digital que ellos; cuando ellas se deciden a iniciar un negocio digital tienen más dificultades para equilibrar la carga de trabajo doméstico con el negocio digital; y, por diversas razones, ellas aún no tienen una presencia directiva en los nuevos modelos de negocio digitales (OCDE, 2017).

No obstante, los pocos casos de éxito de mujeres empresarias de la economía digital demuestran que ellas contribuyen sustancialmente al crecimiento y la reducción de la pobreza (Facebook/OECD/World Bank, 2016). En otras palabras, la desigualdad digital de género provoca y es, al mismo tiempo, consecuencia de otras brechas de desigualdad, como como la cognitiva, la generacional, la alfabetización digital, etc. (Duffy & Pruchniewska, 2017). Esta investigación ha optado por poner especial atención en la brecha digital, que está íntimamente relacionada con el acceso a la tecnología digital porque es lo que involucra directamente a la política pública. De manera que usar el término “desigualdades digitales”, en plural, es la forma más adecuada para abordar el problema de investigación porque las desigualdades digitales derivan en nuevas formas de exclusión social, exclusiones propias de la sociedad del conocimiento y de un contexto de economía digital (Alva, 2015).

Diversos organismos internacionales han hecho una llamada de atención contundente para que los estados nacionales erradiquen las desigualdades digitales que está produciendo la sociedad del conocimiento porque provocaría un crecimiento no sostenible. Destacan, por ejemplo, los llamados de atención de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) (2005, 2016), de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2010; 2017), y la reciente Declaración de Incheon y Marco de Acción para la realización del Objetivo de Desarrollo Sostenible, donde participa el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, por sus siglas en inglés), el Banco Mundial (BM), la Organización de las Naciones Unidas (ONU), y el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) (2016). Todos esos organismos han generado datos que evidencian que la situación de las mujeres en el mundo de la tecnología es desigual. Por ejemplo, ellas estudian en menor medida las carreras STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, por sus siglas en inglés); ellas ocupan menos puestos directivos en grandes empresas tecnológicas y cobran menos; pero, paradójicamente, los pocos casos de éxito de mujeres que han roto el “techo de cristal” en el mundo de los negocios digitales demuestran que son más estables y cierran con acciones contundentes la desigualdad digital porque contratan a más mujeres (Raina, 2018).

Varias iniciativas mundiales han intentado resolver este problema. Destaca, sin embargo, la alianza internacional que han realizado Facebook, el Massachusetts Institute of Technology (MIT) y más de 20 instituciones y empresas se han unido a la ONU en lo que han llamado una Coalición de Innovación Global para el Cambio (UN WOMEN, 2017). El objetivo de esta alianza es detectar y eliminar los obstáculos para facilitar el acceso de las mujeres al mundo de la tecnología. Esto porque, de acuerdo con estudios al respecto, reducir la desigualdad de género en los negocios electrónicos aumentaría la economía total de los países de la OCDE hasta en un 12% para el 2030 (Thévenon, Ali, Adema, & Salvi, 2012).

Asimismo, estos estudios internacionales han concluido que sin una intervención interinstitucional, es decir, que implique a la academia, la sociedad civil,

las empresas y el gobierno, no será posible diseñar políticas públicas capaces de garantizar la igualdad de oportunidades en la economía digital y la reducción de la pobreza (Gouvea, Kassieh, & Montoya, 2013; Paredes-Frigolett, 2016).

Experiencias previas sobre incorporación de la perspectiva de género en las políticas públicas para igualar las oportunidades de las mujeres han sido exitosas al desarrollar un proceso de transversalización de la perspectiva de género en los modelos interinstitucionales conocidos como “la cuádruple hélice”, que aglutinan a la academia, la sociedad civil, las empresas y el gobierno (Escudero, 2004).

### **3. Planteamiento del problema**

Aun cuando la brecha digital se está cerrando paulatinamente, actualmente existen varias desigualdades digitales en México. Estas desigualdades limitan la participación de varios grupos sociales en la economía digital, entre los que destacan las mujeres (Ono & Zavodny, 2003). Debido a que no existen estudios comprensivos en México sobre la desigualdad de género en la economía digital, no se puede concluir qué factores limitan la presencia de ellas en los modelos de negocio digitales y qué políticas públicas podrían promover su acceso, ascenso y empoderamiento en la economía digital (Chen & Wellman, 2004a, 2004b; OECD, 2013a).

### **4. Preguntas de investigación**

Por lo anterior, las preguntas que guían están guiando esta investigación son:

- ¿Qué problemas estructurales dificultan que las mujeres participen en la economía digital?
- ¿Cómo puede aplicarse una estrategia de transversalización de la perspectiva de género sobre un modelo de cuádruple hélice para obtener insumos

que permitan diseñar políticas públicas que igualen las oportunidades de las mujeres en la economía digital?

- ¿Qué políticas públicas con perspectiva de género pueden igualar las oportunidades de las mujeres en la economía digital?

## 5. Objetivos de la investigación

Por eso, los objetivos de la investigación que se está realizando actualmente son los siguientes:

### **Objetivo general:**

Diseñar políticas públicas a través de un proceso de transversalización para igualar las oportunidades de las mujeres en la economía digital.

### **Objetivos específicos:**

- Identificar los problemas estructurales que dificultan que las mujeres participen en la economía digital.
- Explicar con una teoría de género qué consecuencias tiene la desigualdad digital en la naciente economía digital mexicana.
- Aplicar una estrategia de transversalización de la perspectiva de género sobre un modelo de cuádruple hélice para obtener insumos que permitan formular políticas públicas que igualen las oportunidades de las mujeres en la economía digital.

## 6. Marco teórico

Para identificar los problemas estructurales que dificultan que las mujeres participen en la economía digital y explicar qué consecuencias tiene la desigualdad digital

de género en la naciente economía digital mexicana se puede recurrir a dos marcos teóricos generales. En primer lugar, a la Teoría de Usos y Gratificaciones, que posee una larga tradición y ha demostrado ser muy útil para explicar los motivos y las consecuencias del uso de tecnología con base en las gratificaciones obtenidas durante el proceso (Kaye & Johnson, 2002; Pantic, 2017; Siakalli, Andreas, & Christos, 2015).

No obstante, es necesario recurrir a la Teoría de Género para identificar el uso diferenciado de la tecnología digital, explicar a nivel estructural y de reproducción de patrones culturales por qué existe este uso diferenciado de la tecnología digital entre mujeres y hombres. Una de las teorías de género más conocidas es la teoría que usa la categoría de análisis “sistema sexo-género”. Esta categoría ha sido muy útil para identificar que la inequidad de género imperante se basa en un absurdo argumento que trata de manera diferenciada a hombres y mujeres con base en los rasgos biológicos del cuerpo (Deutsch, 2007). Este tratamiento diferenciado provoca, eventualmente, desigualdad social. Sin embargo, el “sistema sexo-género” no ha podido explicar por qué esta desigualdad ha imperado por tanto tiempo ni cómo puede desactivarse. En cambio, los estudios simbólicos de la política y la cultura con perspectiva de género, que cuenta con una larga tradición teórica y que han sido aplicados al problema de la desigualdad de género con la categoría de análisis “género simbólico y género imaginario”, han demostrado ser útiles para avanzar en ese sentido (Serret, 2002, 2006). Esta categoría de análisis explica que la desigualdad de las mujeres frente a los hombres hunde sus raíces en una asimetría simbólica previa, que es la subordinación de “lo femenino” ante “lo masculino”. De esta manera es posible entender por qué otros grupos en situación de vulnerabilidad (como las personas homosexuales), y no solo las mujeres, han sido históricamente excluidos de casi todos los ámbitos del desarrollo, y por qué es tan difícil erradicar esta exclusión (Serret, 2011).

## **7. Ámbito de investigación y aplicación**

Se está tomando como caso de investigación y aplicación a “Vórtice IT”, que es un cluster y un espacio de innovación con “living labs” integrado por empresas

de base tecnológica, universidades, centros de investigación y sociedad civil del Estado de Querétaro, México. Este cluster surgió en 2006 con el objetivo de integrar las soluciones tecnológicas que sus asociados realizan para la industria manufacturera, el comercio, los servicios digitales, las finanzas, la aeronáutica y la industria automotriz, principalmente (Inteqsoft, 2006).

VórticeIT actualmente asocia a 120 instituciones que generan más de 16 mil empleos en Querétaro basados en tecnologías digitales de vanguardia con alto valor agregado como el “internet de las cosas” (OIT, por sus siglas en inglés), big data, redes, software de movilidad, plataformas e-learning, telecomunicaciones, impresiones 3D, software embebido y modelos de negocios electrónicos (Rosas, 2016). Esta iniciativa es referente a nivel nacional ante instituciones como la Secretaría de Economía (SE), el Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem), el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) a través de los Fondos Mixtos (Fomix) y el fideicomiso gubernamental ProMéxico, así como el Consejo Nacional de Clústeres de Software y TI en México, Latinoamérica y Europa (Pérez, 2017).

Por lo anterior, VórticeIT es un ámbito de investigación y aplicación actual y representativo de la economía digital mexicana. Los resultados obtenidos tras esta aplicación podrían ser útiles para entender qué factores provocan desigualdad digital de género en una iniciativa mexicana de economía digital.

## **8. Método de investigación**

Las investigaciones que requieren comprender la complejidad de un problema social suelen aplicar métodos mixtos de obtención de información y marcos teóricos de interpretación complejos. Esta investigación mixta está siendo conducida con los principios de la investigación participativa (Kemmis & McTaggart, 2005). Este estilo de investigación está orientado a planificar y conducir el proceso de investigación con aquellas personas cuyas acciones significativas están siendo estudiadas. En consecuencia, esto significa que el objetivo de la investigación y

las cuestiones de investigación se desarrollan a partir de la convergencia de dos perspectivas: la producción de conocimiento científico y la práctica social. En el mejor de los casos, ambas partes se benefician del proceso de investigación (Bergold & Thomas, 2012).

Esta investigación se está desarrollando en cuatro fases. La primera fase tiene por objeto situar la frontera del conocimiento respecto al tema de la desigualdad de género en la economía digital (ver Tabla 1). En México, existe un amplio desarrollo de información estadística con perspectiva de género que permite hacer visibles las diferencias que existen entre las condiciones sociales, económicas y demográficas de las mujeres y de los hombres. Por ejemplo, el Atlas de Género del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reúne algunos de los indicadores más sobresalientes para hacer visibles, no sólo las diferencias de género, sino también las diferencias adicionales derivadas de su ubicación geográfica en las entidades federativas del territorio nacional (INEGI, 2017). Asimismo, el INEGI ha publicado recientemente los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2016, ENDUTIH (2016).

No obstante, no existen estudios amplios en México sobre la desigualdad de género en nuestra economía digital. Por lo anterior, es necesario realizar una revisión sistemática para conocer dónde sitúa la literatura especializada la frontera del conocimiento sobre este tema. México, en cambio, sí tiene varias y varios especialistas en perspectiva de género. Será fundamental conocer su opinión respecto al tema de la desigualdad de género en la era digital. También se aplicará la técnica Delphi a la cuádruple hélice que es una estrategia habitual para conocer el nivel de conocimiento, los principales problemas y las líneas generales que el gobierno, las empresas, la sociedad civil y la academia tienen respecto a temas de importancia social. Además, esta técnica permite hacer estudios proyectivos sobre cómo pueden abordarse interdisciplinariamente e interinstitucionalmente los problemas relevantes de un país (Linstone & Turoff, 2011). Finalmente se realizarán grupos de enfoque y entrevistas en profundidad para conocer cuáles son los principales problemas para que las personas

ingresen, se mantengan y asciendan en la economía digital, tomando en cuenta la perspectiva de género.

**Tabla 1. Fase 1. Identificación de los problemas estructurales que dificultan que las mujeres participen en la economía digital.**

Obtención de información	Interpretación de datos
1.1 Revisión de datos estadísticos de INEGI sobre acceso y uso de las TIC	Análisis estadístico inferencial
1.2 Revisión documental sistemática	Codificación temática (Given, 2008; Linstone & Turoff, 2011)
1.3 Entrevista a expertos y expertas	
1.4 Técnica Delphi a la cuádruple hélice: gobierno, empresas, sociedad civil y academia	
1.5 Encuesta a muestra representativa de participantes de la economía digital	Análisis estadístico inferencial
1.6 Grupos de enfoque entre hombres y mujeres que participan en la economía digital	Codificación abierta, axial y teórica (Gibson & Hartman, 2014; Holton & Walsh, 2016)
1.7 Entrevistas en profundidad a hombres y mujeres empresarias que no participan en la economía digital	

La segunda fase de esta investigación tiene por objeto interpretar a partir de una teoría con perspectiva de género, los datos obtenidos en la primera fase (ver Tabla 2). En esta fase se intentará responder la siguiente cuestión: ¿por qué, si la brecha digital de género se está cerrando lenta y paulatinamente, al mismo tiempo está creciendo la desigualdad digital de género en la economía digital? En esta fase se realizará una adecuación conceptual de la categoría de análisis “género simbólico y género imaginario” al campo de la economía digital.

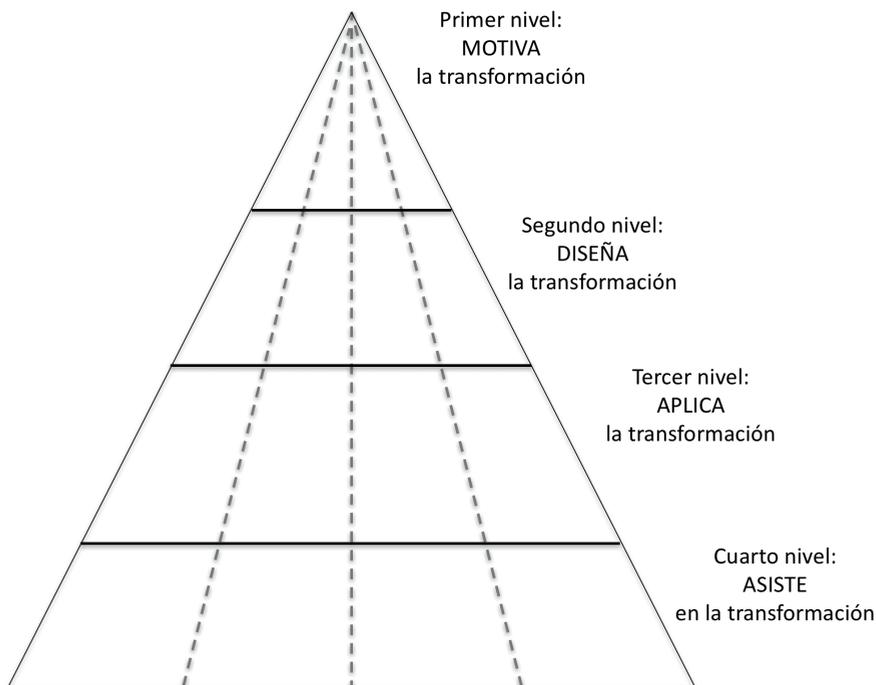
La tercera fase tiene como objeto intervenir en varias instituciones con marcos metodológicos interdisciplinarios para obtener insumos que permitan formular políticas públicas para igualar las oportunidades de las mujeres en la economía digital (ver Tabla 3). El concepto “transversalización de la perspectiva de género” ha sido útil para influir en las instancias que tienen la responsabilidad de generar

cambios estructurales en materia de igualdad de oportunidades para las mujeres. Conducir una intervención con transversalización significa realizar acciones conducentes a influir en todos los niveles de las instituciones (transversalización vertical) y en todas las funciones sustantivas de cada institución (transversalización horizontal). Existen experiencias exitosas sobre transversalización de la perspectiva de género en el diseño de políticas públicas en gobiernos estatales (Escudero, 2004), en el diseño de estrategias para la innovación educativa (Escudero, 2015) y en la conversión de sistemas educativos tradicionales a programas educativos virtuales (Escudero, 2017). No obstante, no existen aún experiencias de transversalización de la perspectiva de género en la economía digital. La *transversalización* considera que la mayoría de las instituciones del Poder Ejecutivo, así como las empresas, la academia y la sociedad civil se conforman organizacionalmente en una figura piramidal. Cada nivel de estas entidades tiene responsabilidades distintas ante la transformación y la innovación. Por lo tanto, es necesario influir de manera diferenciada en cada nivel institucional (ver Figura 1).

**Tabla 2. Fase 2. Explicar con una perspectiva de género qué consecuencias tiene la desigualdad digital en la economía digital mexicana.**

Obtención de información	Interpretación de datos
2.1 Análisis de la literatura relevante sobre economía digital	Análisis de contenido
2.2 Análisis de la literatura relevante sobre “sistema sexo-género”	
2.3 Análisis de la literatura relevante sobre “género simbólico-género imaginario”	
2.4 Interpretación de los datos obtenidos en la Fase 1 con base en la teoría de “género simbólico-género imaginario”	Análisis documental

**Figura 1: Niveles de responsabilidad ante la transformación institucional.**

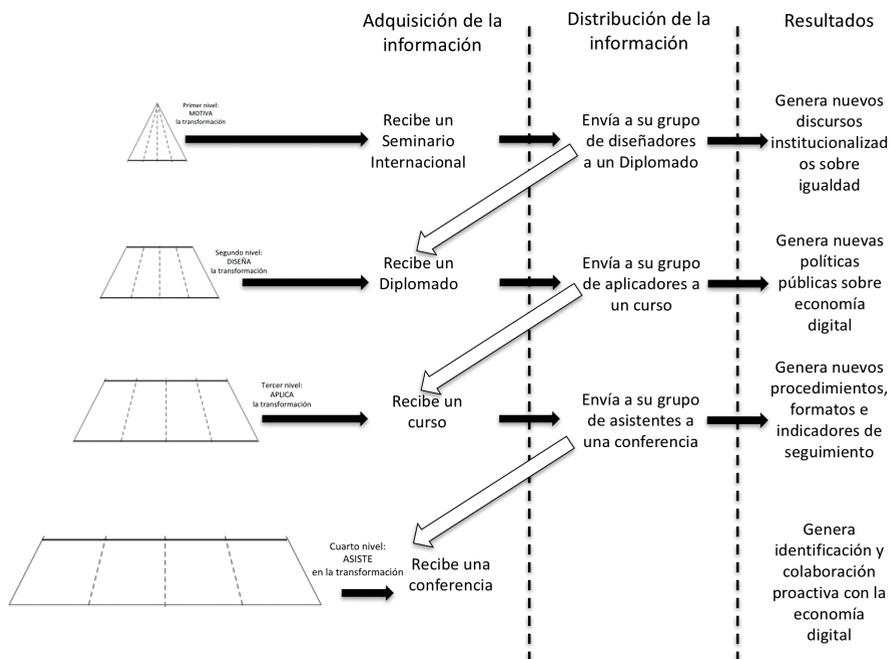


*Fuente: Escudero (2017).*

Por eso, la transversalización requiere realizar las siguientes acciones: 1) aplicar la categoría de análisis llamada “niveles de responsabilidad ante la transformación institucional”, que permite identificar los niveles organizacionales y la función que tienen al provocar la transformación en la institución; y 2) diseñar una estrategia para influir verticalmente (en todos los niveles de la institución) y horizontalmente (en todas las funciones de la institución) con un programa educativo que ofrece a cada nivel y a cada función el conocimiento pertinente para provocar la transformación institucional (ver Figura 2). Por ejemplo, los niveles directivos requieren un solo Seminario Internacional para entender las ventajas políticas de incorporar a las mujeres en la economía digital; los diseñadores

de política pública requieren un diplomado para aprender las dimensiones conceptuales, metodológicas e instrumentales sobre cómo incorporar la perspectiva de género en las políticas públicas; el nivel operativo solo requiere un curso de 30 horas para aprender a realizar cambios en formatos y procedimientos de la nueva política pública; y finalmente, el nivel de asistencia a la política pública solo requiere una conferencia informativa para saber por qué su institución está colaborando sustancialmente en la creación de oportunidades para que las mujeres participen en la economía digital (ver Figura 2).

**Figura 2: Estrategia de intervención para generar innovación en las políticas públicas.**



*Fuente: Escudero (2017).*

**Tabla 3. Fase 3. Aplicar una estrategia de transversalización de la perspectiva de género sobre un modelo de cuádruple hélice para obtener insumos que permitan formular políticas públicas que igualen las oportunidades de las mujeres en la economía digital.**

Acciones de intervención	Sistematización de resultados
3.1 Aplicación de la categoría de análisis organizacional “nivel de responsabilidad ante la transformación” en la cuádruple hélice a VórticeIT	Representación gráfica de la pirámide de responsabilidad
3.2 Propuesta de intervención educativa en cada “nivel de responsabilidad ante la transformación” en la cuádruple hélice VórticeIT	Diseños curriculares por programa educativo
3.3 Impartición del programa educativo al Nivel 1 de la cuádruple hélice	Nuevos discursos institucionalizados sobre igualdad de género en la economía digital.
3.4 Impartición del programa educativo al Nivel 2 de la cuádruple hélice.	Nuevas políticas públicas sobre igualdad de género en la economía digital
3.5 Impartición del programa educativo al Nivel 3 de la cuádruple hélice	Nuevos procedimientos y formatos para obtener indicadores de seguimiento y evaluación de las políticas públicas sobre igualdad de género en la economía digital
3.6 Impartición del programa informativo al Nivel 4 de la cuádruple hélice	Nueva presencia en los medios de comunicación pública sobre las políticas públicas sobre igualdad de género en la economía digital

**Tabla 4. Fase 4. Diseñar políticas públicas a través de un proceso de transversalización para igualar las oportunidades de las mujeres en la economía digital.**

Acción de la investigación	Proceso de institucionalización
4.1 Constitución de un modelo de cuádruple hélice para diseñar políticas públicas con perspectiva de género para igualar las oportunidades de las mujeres en la economía digital	Institucionalización del modelo de cuádruple hélice para diseñar políticas públicas con perspectiva de género para igualar las oportunidades de las mujeres en la economía digital
4.2 Constitución de una Red Temática de CONACYT para el análisis, evaluación y seguimiento de la igualdad digital en la economía digital en México	Constitución de la Red Temática ante CONACYT
4.3 Publicación de las políticas públicas sobre igualdad digital en la economía digital en México	Proceso de publicación de políticas públicas

El objeto de la cuarta fase es institucionalizar y publicar las políticas públicas con perspectiva de género para igualar las oportunidades de las mujeres en la economía digital (ver Tabla 4). Por lo anterior, se realizan tres actividades basadas en la gestión interinstitucional.

## Referencias

- ALVA, A. (2015). Los nuevos rostros de la desigualdad en el siglo XXI: la brecha digital. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 60(223), 265–285. [https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(15\)72138-0](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(15)72138-0)
- BERGOLD, J., & THOMAS, S. (2012). Participatory Research Methods: A Methodological Approach in Motion. *Forum: Qualitative Social Research*, 13(1), 1–25.
- BLOFIELD, M., & MARTÍNEZ, J. (2014). Trabajo, familia y cambios en la política pública en América Latina: equidad, maternalismo y corresponsabilidad. *Revista CEPAL*, (114), 107–125. <https://doi.org/10.18356/d81c1957-es>
- CHEN, W., & WELLMAN, B. (2004A). Charting Digital Divides: Comparing Socioeconomic, Gender, Life Stage, and Rural-Urban Internet Access and Use in Eight Countries. En W. Dutton, B. Kahin, R. O’Callaghan, & A. Wyckoff (Eds.), *Transforming Enterprise* (pp. 3–38). Cambridge Mass.: MIT Press.
- CHEN, W., & WELLMAN, B. (2004B). The global digital divide—within and between countries. *It & Society*, 1(7), 39–45. Recuperado a partir de <http://csi.ufs.ac.za/resres/files/ChenWellman.pdf>
- DE VILLOTA, P. (ED.). (2004). *Globalización y desigualdad de género*. Madrid: Síntesis.
- DEUTSCH, F. (2007). Undoing Gender. *Gender & Society*, 21(1), 106–127. <https://doi.org/10.1177/0891243206293577>.
- DIMAGGIO, P., & HARGITTAI, E. (2001). *From the “Digital Divide” to “Digital Inequality”: Studying Internet use as Penetration Increases* (No. 15). Center for Arts and Cultural Policy Studies, Princeton University. Princeton. <https://doi.org/10.1002/bem.20484>.
- DIMAGGIO, P., HARGITTAI, E., CELESTE, C., & SHAFER, S. (2004). *Digital Inequality: From Unequal Access to Differentiated Use*. Princeton. Recuperado a partir de [http://www.russellsage.org/sites/all/files/u4/DiMaggio et al.pdf](http://www.russellsage.org/sites/all/files/u4/DiMaggio%20et%20al.pdf).

- DUFFY, B. E., & PRUCHNIEWSKA, U. (2017). Gender and self-enterprise in the social media age: a digital double bind. *Information, Communication & Society*, 20(6). <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1291703>
- ESCUADERO, A. (2004). *Apere(h)ender género. Modelo de Especialización para el Sector Público*. Oaxaca: Instituto de la Mujer Oaxaqueña.
- ESCUADERO, A. (2015). Modelo de transversalización de la innovación en la educación superior. En *II Congreso Internacional de Innovación Educativa*. México: TEC de Monterrey.
- ESCUADERO, A. (2017). Aportaciones al proceso horizontal de transversalización de la Educación a Distancia en las instituciones de educación superior. *RESU Revista de la Educación Superior*, 46(182), 57–69. <https://doi.org/10.1016/j.resu.2017.02.003>
- FACEBOOK/OECD/WORLD BANK. (2016). *Future of Business Survey. Management gender in business*. Recuperado a partir de <https://eu.futureofbusinesssurvey.org/manager/Storyboard/RHViewStoryboard.aspx?RID=2±&RLId=±μ&PID=±.1o'&UID=μ¶'.&RpId=20>
- FARLIE, R. (2003). *Is There A Digital Divide? Ethnic and Racial Differences in Access to Technology and Possible Explanations*. Santa Cruz, CA. Recuperado a partir de [http://cjtc.ucsc.edu/docs/r\\_techreport5.pdf](http://cjtc.ucsc.edu/docs/r_techreport5.pdf)
- GIBSON, B., & HARTMAN, J. (2014). *Rediscovering grounded theory*. Beverly Hills (California) [etc.]: Sage.
- GIVEN, L. (ED.). (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- GOUVEA, R., KASSICIEH, S., & MONTROYA, M. J. R. (2013). Using the quadruple helix to design strategies for the green economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(2), 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2012.05.003>
- GUILLÉN, M., & SUÁREZ, S. (2005). Explaining the Global Digital Divide: Economic, Political and Sociological Drivers of Cross-National Internet Use. *Social Forces*, 84(2), 681–708. <https://doi.org/10.1353/sof.2006.0015>
- HOLTON, J., & WALSH, I. (2016). *Classic grounded theory: applications with qualitative and quantitative data*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.

- INEGI. (2016, marzo 14). Encuesta Nacional Sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, 2016. Recuperado a partir de <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/regulares/dutih/2016/>
- INEGI. (2017). Atlas de género. Recuperado el 6 de septiembre de 2017, a partir de [http://gaia.inegi.org.mx/atlas\\_genero/](http://gaia.inegi.org.mx/atlas_genero/)
- Instituto de Tecnologías Educativas. (2010). *Habilidades y competencias del siglo XXI para los aprendices del nuevo milenio en los países de la OCDE*. Paris.
- Inteqsoft. (2006). VórticeIT. Recuperado el 13 de septiembre de 2017, a partir de <https://www.inteqsoft.com.mx>
- KAYE, B., & JOHNSON, T. (2002). Online and In the Know: Uses and Gratifications of the Web for Political Information. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(1), 54–71. <https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4601>
- KEMMIS, S., & MCTAGGART, R. (2005). Participatory action research. Communicative action and the public sphere. En N. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (pp. 559–603). Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- LEANING, M. (2017). Digital Divides: Access, Skills and Participation. An Integrated Approach for the 21st Century. En M. Leaning (Ed.), *Media and Information Literacy* (pp. 101–114). Cambridge Mass.: Elsevier.
- LINSTONE, H., & TUROFF, M. (2011). Delphi: A brief look backward and forward. *Technological Forecasting and Social Change*, 78, 1712–1719. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2010.09.011>
- MISHRA, V. (2017). Gendering the G20: Empowering Women in the Digital Age. ORF Issue Brief. New Delhi: Observer Research Foundation. Recuperado a partir de [http://cf.orfonline.org/wp-content/uploads/2017/06/ORF\\_IssueBrief\\_186\\_G20Women.pdf](http://cf.orfonline.org/wp-content/uploads/2017/06/ORF_IssueBrief_186_G20Women.pdf)
- OCDE. (2016). *Education at a Glance 2016: OECD Indicators*. Paris: OECD Publishing. Recuperado a partir de <http://dx.doi.org/10.1787/eag-2016-en>
- OCDE. (2017). *Going Digital: The Future of Work for Women*. Paris. Recuperado a partir de <https://www.oecd.org/employment/Going-Digital-the-Future-of-Work-for-Women.pdf>
- OECD. (2007). *ICTs and Gender* (OECD Digital Economy Papers No. 129). Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/231011217663>

- OECD. (2013a). *Ensuring the Global Participation in the Internet Economy for Development* (OECD Digital Economy Papers No. 227). Paris. <https://doi.org/10.1787/5k437p2rp4bq-en>
- OECD. (2013b). *The Digital Economy - 2012. Hearing of the Competition Law & Policy OECD*. Paris.
- OECD. (2014). Executive Summary. En *Measuring the Digital Economy: A New Perspective*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264221796-3-en>
- ONO, H., & ZAVODNY, M. (2003). Gender and the Internet. *Social Science Quarterly*, 84(1), 111–121. <https://doi.org/10.1111/1540-6237.t01-1-8401007>
- ONO, H., & ZAVODNY, M. (2007). Digital inequality: A five country comparison using microdata. *Social Science Research*, 36(3), 1135–1155. <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2006.09.001>
- PANTIC, M. (2017). Active Readers: Exploring Uses and Gratifications of Live Blogs. *American Communication Journal*, 19(1), 36–48.
- PAREDES-FRIGOLETT, H. (2016). Modeling the effect of responsible research and innovation in quadruple helix innovation systems. *Technological Forecasting and Social Change*, 110, 126–133. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.001>
- PÉREZ, I. (2017, febrero 9). Celebra 10 años clúster de TI en Querétaro. *Agencia Informativa Conacyt*. Ciudad de México. Recuperado a partir de <http://www.conacytprensa.mx/index.php/sociedad/politica-cientifica/13085-celebra-10-anos-cluster-de-ti-en-queretaro>
- PNUD. (2010). *México y las Sociedades del Conocimiento. Competitividad con Igualdad de Género*. Ciudad de México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- POWELL, W. W., & SNELLMAN, K. (2004). The knowledge economy. *Annu. Rev. Sociol.*, 30, 199–220. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.010202.100037>
- RAINA, S. (2018). VC Financing and the Gender Gap. En *Finance Down Under 2017 Building on the Best from the Cellars of Finance*. Melbourne: University of Melbourne. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2846047>
- ROSAS, S. (2016, ABRIL 10). Querétaro busca liderazgo en innovación con Vórtice ITech Park. *El Financiero*. Querétaro. Recuperado a partir de <http://>

- [www.elfinanciero.com.mx/bajio/queretaro-busca-liderazgo-en-innovacion-con-vortice-itech-park.html](http://www.elfinanciero.com.mx/bajio/queretaro-busca-liderazgo-en-innovacion-con-vortice-itech-park.html)
- ROSE, G. (2016). *The Fourth Industrial Revolution: A Davos Reader*. New York: Council on Foreign Relations.
- SCHWAB, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Cologny/Geneva: World Economic Forum.
- SERRET, E. (2002). *Identidad femenina y proyecto ético*. Ciudad de México: PUEG-UNAM/UAM Azcapotzalco.
- SERRET, E. (2006). *El género y lo simbólico. La constitución imaginaria de la identidad femenina*. Oaxaca: Instituto de la Mujer Oaxaqueña.
- SERRET, E. (2011). Hacia una redefinición de las identidades de género. *GénEros. Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género*, (9), 71–97.
- SIKALLI, M., ANDREAS, M., & CHRISTOS, P. (2015). Uses and Gratifications in Online News: Comparing Social Media and News Media Use by Users. En *4th International Conference for Quantitative and Qualitative Methods in the Economic and Administrative Sciences* (pp. 1–8). Athens: Technological Educational Institution of Athens.
- SUM, N.-L., & JESSOP, B. (2013). Competitiveness, the Knowledge-Based Economy and Higher Education. *Journal of the Knowledge Economy*, 4(1), 24–44. <https://doi.org/10.1007/s13132-012-0121-8>
- THÉVENON, O., ALI, N., ADEMA, W., & SALVI, A. (2012). *Effects of reducing gender gaps in education and labour force participation on economic growth in the OECD* (OECD Social, Employment and Migration Working Papers No. 138). Paris. <https://doi.org/10.1787/5k8xb722w928-en>
- UN WOMEN. (2017). *Making Innovation and Technology Work for Women. UN Women's work in innovation and technology*. New York. Recuperado a partir de <http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2017/makinginnovationandtechnologyworkforwomencompressed.pdf?la=en&vs=1609>
- UNESCO. (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento. Editorial UNESCO*. [https://doi.org/ISBN 92-3-304000-3](https://doi.org/ISBN%2092-3-304000-3)

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA ABORDAR LA DESIGUALDAD DE GÉNERO  
EN LA ECONOMÍA DIGITAL MEXICANA  
ALEXANDRO ESCUDERO NAHÓN

- UNESCO. (2016). *World Social Science Report 2016. Challenging Inequalities: Pathways to a Just World*. Paris: UNESCO/IDS/ISSC. Recuperado a partir de <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002458/245825e.pdf>.
- UNESCO/PNUD/UNICEF/BM/ONU/ACNUR. (2016). *Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción para la realización del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4*. New York: UNESCO/PNUD/UNICEF/BM/ONU/ACNUR.

## BREVES RESEÑAS BIOGRÁFICAS

### **Alexandro Escudero Nahón**

Se doctoró en la Facultad de Pedagogía de la Universidad de Barcelona. Posee una Maestría en Educación en esa misma institución. Estudió un Master de especialización titulado “El Espacio Iberoamericano: Creación Audiovisual, Contenidos y Propuestas”, en la Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana Santa María la Rábida. Actualmente es candidato al Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología en México. Es profesor investigador de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Querétaro, México.

Sus líneas de investigación están relacionadas a los conceptos *New Media* y *Educación en Red*, donde recupera la reformulación ontológica de la Teoría del Actor-Red, y el procedimiento general de investigación de la Teoría Fundamentada con la intención de estudiar los procesos educativos mediados por tecnología.

**Contacto:** alexandro.escudero@uaq.mx

### **Asbel Guzmán Corona**

Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Vasco de Quiroga en México. Cursó el Master: El Espacio Audiovisual Iberoamericano. Contenidos y Propuestas en la Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana la Rábida, donde también ha realizado una Estancia de formación profesional en el departamento de Servicios Audiovisuales. Ha recibido los siguientes premios y reconocimientos: en 1998 el Premio Iberoamericano Asociación de Televisoras Regionales y Afines por el mejor reportaje de televisión: “Los Santos Olvidados”; el mismo año recibió el Premio Estatal de Periodismo en Michoacán por el reportaje para TV “Los Santos Olvidados”. En 2007, el Premio Nacional “La lente, la pluma y el micrófono de plata” a la Mejor Serie de Televisión de Turismo Cultural “Manos Mágicas de Michoacán”. Fue nominada Finalista en el XVII Festival Pantalla de Cristal con el Reportaje “Vivo en Estados Unidos” por Mejores Valores de Producción en Pantalla en 2015. Fue Directora General del Sistema Michoacano de Radio y Televisión (2014-2015). Es Directora de Operaciones y Proyectos Kodia, Agencia de Producción Multimedia que actualmente es proveedora de servicios de comunicación política, divulgación de la ciencia, capacitación, reforzamiento de imagen institucional, producción y conducción de series radiofónicas con enfoque de género, así como en la realización de campañas de prevención de la violencia contra las mujeres para distintas instancias del Gobierno de Michoacán, la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, así como para la empresa de exhibición cinematográfica Cinépolis.

**Contacto:** [asbelg@hotmail.com](mailto:asbelg@hotmail.com)

### **Claudio Lobeto**

Es Doctor en Teoría e Historia del Arte por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Es Profesor Adjunto (full time) en la Cátedra “Sociología y Antropología del Arte” y en Seminarios de la Facultad de Filosofía y Letras en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Es Investigador en el Instituto de Historia del Arte Argentino y Latinoamericano, Grupo de Estudios Sociales del Arte y la Cultura (GESAC). Coordina el Area “Arte y Sociedad” en el Centro de Innovación y Desarrollo de la Acción Comunitaria (CIDAC) de la Facultad de Filosofía y Letras en la Universidad de Buenos Aires. Cuenta con

varias publicaciones en libros, revistas y fichas de cátedra. Asimismo, ha realizado múltiples participaciones en Congresos Internacionales y Nacionales y en la organización y coordinación de Jornadas, Congresos y Mesas. Es Prosecretario y coordinador de las Jornadas anuales de Investigación del Instituto de Historia del Arte Argentino y Latinoamericano.

**Contacto:** [clobeto15@gmail.com](mailto:clobeto15@gmail.com)

### **Diana Elisa González Calderón**

Tiene un Doctorado en Contenidos de Comunicación en la Era Digital por la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Tiene un DEA en Comunicación audiovisual, opción Teoría e historia de la representación por la misma Universidad española. Cursó la Maestría en Comunicación por la Universidad Internacional de Andalucía, sede la Rábida. Es Profesora Investigadora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Estado de México, su línea de investigación aborda la imagen y los medios desde los estudios de género y el enfoque de infancia. En 2012, fue seleccionada en el rubro “Creadores” del Fondo para la Cultura y las Artes del Estado de México. Fue Presidenta de DIF Toluca de 2013 a 2015, institución de asistencia a grupos vulnerables. De 2013 a 2016 fue miembro del Órgano Directivo y titular de la vocalía de capacitación de la Red Mexicana de Ciudades Amigas de la Niñez coordinando planes de trabajo para las Asambleas Nacionales con alrededor de 150 ciudades del país. Actualmente es Directora Ejecutiva del Patronato de la Red Mexicana de Ciudades Amigas de la Niñez A.C. desde donde desarrolla proyectos de apoyo a las ciudades con asesoría de instancias nacionales e internacionales.

**Contacto:** [dianaeligonzaez@yahoo.com.mx](mailto:dianaeligonzaez@yahoo.com.mx)

### **Diana Lucía Álvarez Macías**

Es investigadora, docente y periodista. Recibió el grado de Doctora en Comunicación Social por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), institución que también le otorgó la suficiencia como investigadora en el Doctorado en Periodismo y un título como Magister en Dirección de Comunicación Europea. Además, cuenta con una Maestría en Comunicación (con especialidad en el Espacio Audiovisual Iberoamericano) por la Universidad Internacional de Andalucía

y un MBA por el ITAM. En el ámbito universitario se desempeñó como coordinadora académica de la Maestría en Periodismo, en la Universidad Anáhuac del Sur. Ha sido profesora en la UNAM, la Universidad de la Comunicación y en el Departamento Académico de Lenguas del ITAM. Desde 1993 es periodista en Grupo Reforma: primero como reportera en El Norte, luego como fundadora de Reforma en las secciones Nacional y Ciudad. En 2007, diseñó y desarrolló el área de Talento Editorial. Desde ahí, ha dirigido las políticas y estrategias de talento. Recientemente, ha coordinado la estrategia para transformar a los periodistas de Reforma en periodistas multiplataforma. Como investigadora le interesa la identidad social, la mediación social, los métodos cualitativos, el periodismo multiplataforma o integral y el desarrollo de la inteligencia en procesos comunicativos. Fue reconocida en el premio Deutsche Welle, de Alemania, en la categoría de Crónica (1994), y en Demac, México (1996), por relato biográfico.

**Contacto:** [diana.alvarez@itam.mx](mailto:diana.alvarez@itam.mx)

### **Eduardo Huárag Álvarez**

Es profesor en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Doctor en Literatura por la PUCP y Maestría en Comunicación por la Universidad Internacional de Andalucía. Entre sus publicaciones destacan: Mitos de origen y el trasmundo en las culturas prehispánicas y amazónicas y Pensamiento mítico en la narrativa hispanoamericana. Recientemente Axiara editions le ha publicado La novela peruana y la violencia de los 80. Como narrador empezó publicando Una partida sin retorno. Su novela La barca mereció comentarios favorables de la crítica. Ha sido profesor visitante en las universidades de Sao Paulo (Brasil), Michel de Montaigne (Bordeaux-Francia), Ludwing Maximilian's (Munich-Alemania) y Sevilla. Tuvo una estancia como profesor investigador en el CIALC de la UNAM (México) y, recientemente, en la Universidad de Milano (2017).

**Contacto:** [ehuarag@pucp.pe](mailto:ehuarag@pucp.pe)

### **Elena Firpi Cazes**

Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de la República de Uruguay. Es Magister en Dirección y Gestión Pública Local: Fundación Ciudad 2000, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina; CEMCI,

Granada, España y Universidad Carlos III, Madrid, España. También cuenta con un Magister en Comunicación: “El Espacio Iberoamericano: Creación Audiovisual, Contenidos y Propuestas” Universidad Internacional de Andalucía, España. Actualmente es docente de la Licenciatura en Gestión Cultural del Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH), Seminario de Comunicación. Imparte un Módulo sobre Comunicación Institucional aplicada a instituciones culturales en Licenciatura. Es responsable de la comunicación externa, redes sociales, relaciones institucionales e integrante del Área de Comunicación del Centro de Fotografía de Montevideo dirigido por Daniel Sosa, desde el mes de julio de 2014 a la fecha. El sentido del Centro de Fotografía de Montevideo (CdF) es trabajar desde la fotografía con el objetivo de incentivar la reflexión y el pensamiento crítico sobre temas de interés social, propiciando el debate sobre la formación de identidades y aportando a la construcción de ciudadanía. Con un acervo desde el año 1860 hasta la actualidad, promueve diálogo y vínculos con especialistas de todo el mundo y propicia la consolidación de un ámbito de encuentro, difusión e intercambio de conocimientos y experiencias con personas e instituciones del país y la región.

**Contacto:** [elena.firpi@gmail.com](mailto:elena.firpi@gmail.com)

### **Gabriela Sosa Martínez**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma Metropolitana, *campus* Xochimilco y Master en Comunicación por la Universidad Internacional de Andalucía, España. Cuenta con estudios de teatro, locución, desarrollo y conservación de la voz, redacción, corrección de estilo, fotografía, teoría cinematográfica y teoría musical. Ha impartido talleres de uso de la voz y expresión a docentes y público interesado. Ha sido actriz de teatro, tanto universitario como profesional. En televisión, ha sido conductora y actriz en programas educativos para niños y jóvenes en medios gubernamentales y privados. Se desempeñó como actriz de doblaje durante 7 años, lo cual fue oportuna y útil preparación para llegar a la Radio, medio en el cual se desenvuelve desde hace 25 años. Radio Educación ha sido su lugar de trabajo y desarrollo desde 1992; tanto en el acompañamiento para el radioescucha - en turnos de cabina *al aire* -, como en actuación para series dramatizadas, radioteatros, audiolibros, y la conducción titular

de más de una docena de programas en vivo o grabados. Ha tenido a su cargo la conducción de transmisiones en directo, desde los foros y espacios culturales más importantes del país.

**Contacto:** [tte.pascuala@gmail.com](mailto:tte.pascuala@gmail.com)

### **José Roberto Levy Álvarez**

Realizó la Maestría en Comunicación e Industrias Audiovisuales en el Espacio Iberoamericano en la Universidad Internacional de Andalucía en España. Ha sido Coordinador del Taller de TV y Vídeo de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima; ha coordinado la TV Universitaria y ha sido Subdirector de Radio de la misma Universidad. Actualmente es miembro del comité organizador del Festival de Cine Documental Mexicano *Zanate*. Tiene experiencia docente en la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima. Fue profesor en la V y VIII Maestría en Comunicación de la Universidad Internacional de Andalucía, España. Cuenta con una abundante experiencia en filmografía documental, entre las que destacan: *Emociones privadas, vanidades públicas: del cine súper 8 al celular* (mediometraje documental, con apoyo de CONACULTA- PECDA); *Colima, corazón y tripas* (mediometraje documental con apoyo de CONACULTA-PECDA); Tríptico: *En confianza*, (Antioquia-Colombia y Colima-México); *La Rosa y El Diablo* como Co-guionista y realizador del largo documental; *Galápagos, futuro sostenible* como Co-realizador y fotógrafo, co-producción México, Ecuador y España; *Trilogía Pescadores de norte y sur* (España y Chile); *Tejedoras de vida* (México) y Sololá (Guatemala); *Trancoso, retazos de vida* (Brasil); *Ritual de vida* (Colombia); *Urubichá, tierra de músicos y artesanos* (Bolivia); *Nunca se nos va a olvidar* (México); Serie *Vidas Enraizadas* (13 cortos documentales grabados en 8 países).

**Contacto:** [jrlevy@ucol.mx](mailto:jrlevy@ucol.mx)

### **Luis Miguel Bueno Sánchez**

Cursó el Doctorado en Comunicación y Crítica de la Cultura por la Universidad de Sevilla, España. Realizó el Máster: Creación Audiovisual en el Espacio Iberoamericano en la Universidad Internacional de Andalucía-La Rábida, España en 1997. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por el ITESO. Ha sido

productor audiovisual del Centro de Coordinación y Promoción Agropecuaria del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, y productor y realizador de la Dirección de Radio de la Universidad de Colima. Realizó docencia en esta misma universidad y tuvo diversos cargos directivos, entre los que destacan: Director de la Facultad de Letras y Comunicación (1996-2000). Director General de Información (2001-2004) y Coordinador General de Extensión (2013-2015). Fue representante institucional de la Universidad de Colima ante el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), organismo que agrupa a las 75 escuelas de comunicación más importantes de México. En este consejo ocupó los cargos de Coordinador de Difusión (1994-1997); Vocal de la Región Centro-Occidente (1997-2000), y Vicepresidente (2000-2003). En 2015, la Asamblea General del CONEICC lo designó como Miembro Honorario. Fue Director de la Región México ante el Consejo Directivo de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) periodo 2010-2012. Actualmente es ponente en diversos congresos, seminarios y cursos de comunicación nacionales e internacionales.

**Contacto:** [lubusa@ucol.mx](mailto:lubusa@ucol.mx)

### **María Cristina Díaz Velásquez**

Colombiana. Profesional en comunicación social, de la Universidad del Valle; con especialización en gestión de proyectos audiovisuales de la Universidad de la Rábida, España, y Magister en Estudios Políticos de la Pontificia Universidad Javeriana. Con más de 20 años de experiencia en la implementación de políticas públicas, planeación estratégica, estructuración, gerencia, y evaluación de proyectos culturales y de comunicación para el desarrollo.

Se ha desempeñado como líder de equipos interdisciplinarios para el desarrollo de programas en materia de formación, emprendimiento e investigación, dirigidos a distintas comunidades. Ha participado en diversos proyectos que han implicado la coordinación de agendas con gobiernos regionales y locales, procesos de investigación y diseño de estrategias para Observatorios de política pública, así como el diseño de iniciativas de Asociación Público Privada. Ha sido delegada ante organismos internacionales como representante de Colombia para comités técnicos

sectoriales, en particular se destaca su participación ante la Unesco en el Diseño de Instrumento para el fomento a los Museos. Ha sido docente e investigadora en la Pontificia Universidad Javeriana, Escuela de Administración de Negocios y Universidad Externado de Colombia. Actualmente es la Directora Ejecutiva de Acoarte, Fundación amigos de las colecciones de arte del Banco de la República.  
**Contacto:** [mariacrisdv@gmail.com](mailto:mariacrisdv@gmail.com)

### **María Eugenia Estrella Toral**

Es Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad de Cuenca y tiene una Maestría en Comunicación por la Universidad Internacional de Andalucía, Sede La Rábida. Está vinculada a la Universidad de Cuenca desde 1999 hasta la fecha. Se ha desempeñado como docente en la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Es investigadora y analista de comunicación del Grupo de Investigación Interdisciplinaria en Población y Desarrollo Local - PYDLOS-, del Departamento de Espacio y Población de la Universidad de Cuenca, que es un espacio académico, con 30 años de experiencia en el ámbito de las Ciencias Sociales enfocado en temas de población, territorio y pensamiento crítico al desarrollo. Sus intereses investigativos se centran en temas referidos a comunicación y migración; comunicación y Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación.

**Contacto:** [eugenia.estrella@ucuenca.edu.ec](mailto:eugenia.estrella@ucuenca.edu.ec)

### **Maurizio Liberatoscioli**

Es Licenciado en Artes (Mención Cinematografía) de la Universidad Central de Venezuela y Magister en Creación Audiovisual de la Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana La Rábida (Huelva, España). Ex Director de Programación de la Cinemateca Nacional de Venezuela. Fue guionista-productor para HBO Latin America Group. Se desempeñó como Director de la Sala de Arte y Ensayo Margot Benacerraf, y actualmente pertenece a la Junta Directiva de Gran Cine (principal circuito de salas de cine de arte y ensayo de Venezuela). También es profesor de la Cátedra de Análisis Fílmico y Cinematográfico en la Escuela de Artes de la Universidad Central de Venezuela. Ha asistido a diversos congresos y cursos internacionales. Coautor de las publicaciones *Filmografía Venezolana*

1897-1938 y *Filmografía Venezolana 1973-1999. Largometrajes*, editadas por la Cinemateca Nacional de Venezuela. Analista de guiones para el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía. Productor de la serie documental *Vidas enraizadas* (Roberto Levy, 2001), producida por la Universidad de Colima (México) y grabada en 12 países de Iberoamérica y productor asociado del largometraje *A full resolución* (Carmen La Roche), actualmente en proceso de postproducción.

**Contacto:** [mliberato7@gmail.com](mailto:mliberato7@gmail.com)

### **Melvin Patricio Maury Jiménez Campo**

Es arquitecto graduado en la Universidad Autónoma del Caribe en Barranquilla, Colombia. Cursó la II Maestría en Comunicación “El Espacio Iberoamericano: Creación Audiovisual, Contenidos y Propuestas” en la Universidad Internacional de Andalucía, Sede La Rábida en España. Cuenta con estudios en Producción de Televisión y Medios Audiovisuales en la Universidad del Norte en Barranquilla. Es un profesional vinculado a entidades del sector público y privado, en las áreas de Construcción civil e Interventoría técnica. Es subgerente activo de la empresa Castillejo & Maury Escenografía, S.A.S. Barranquilla. Es catedrático en Escenografía en el Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Norte y en la Corporación Instituto de Artes y Ciencias, CIAC en Barranquilla, Colombia. Es constructor de carrozas alegóricas y ha estado durante doce años vinculado a la empresa Carnaval de Barranquilla, S.A.S. Es tallerista para la formación y capacitación de artesanos en la elaboración de carrozas alegóricas en la Oficina Distrital de Turismo en Santa Marta, Colombia; ha sido tallerista invitado al Seminario Diseñando Carnaval, Carrozas con Identidad Local en la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca en Popayán, Colombia. Obtuvo una Beca para Investigación en Artes Escénicas, Creación Individual del Fondo Mixto de Promoción de la Cultura y las Artes del Atlántico.

**Contacto:** [melvinmaury@yahoo.es](mailto:melvinmaury@yahoo.es)

### **Oscar Alberto Cardoso**

Es Licenciado en Psicología por la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Tucumán, Argentina. Cuenta con el Master en Comunicación, otorgado por la Universidad Internacional de Andalucía, España con la valoración de Sobresaliente, Cum Laude. Es Postgraduado en Auditoría Psicológica, otorgado por la Federación

de Psicólogos de la República Argentina, y Especialista en Auditoría Médica con un título otorgado por la Universidad CAECE y la Universidad UTN – Regional Buenos Aires. Es docente de cursos de postgrado, de jornadas de actualización del Colegio de Psicólogos de Tucumán, (Federación de Psicólogos de la República Argentina) y de los Colegios de Psicólogos de Córdoba, San Juan, Neuquén, Santiago del Estero. Es Consultor externo para distintas entidades públicas y privadas relacionadas con la temática de la Discapacidad. Es Psicólogo Auditor en Salud Mental, Discapacidad y Geriátrica de la Unidad de Gestión Local del INSSJP (PAMI), y Psicólogo Auditor en Salud Mental (Auditoría Externa e Inspección en consultorios internos) de la Dirección General Universitaria de Salud de la Universidad Nacional de Tucumán. Ha cursado el Postgrado en Administración de Recursos Humanos organizado por la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Tucumán, Universidad Tecnológica Nacional Regional Tucumán y la Fundación NOATEC.

**Contacto:** [oscardoso@yahoo.com](mailto:oscardoso@yahoo.com)

### **Roberto Trejo Ojeda**

Es académico e investigador; guionista, script editor, productor de cine y televisión. Máster en Comunicación y Creación Audiovisual en la Universidad Internacional de Andalucía (España); Magister en Ciencias Sociales, FLACSO (Chile); Licenciado en Filosofía y Estética, P. Universidad Católica de Chile. Ha producido diez filmes de ficción y seis largometrajes documentales, obteniendo premios en festivales de cine en Chile, Argentina, Colombia, Bolivia, Perú, Brasil, Alemania, España, Italia, EE.UU. y Canadá. Ha escrito los guiones de ocho películas y cuatro series de televisión estrenadas. Participó en la elaboración de la Ley del Cine y las Artes Audiovisuales de Chile; fundó el Programa de Fomento del Cine y la Industria Audiovisual en CORFO-Ministerio de Economía y hasta hace poco fue Director Ejecutivo de la Red de Televisión de las Universidades del Estado de Chile. Se ha desempeñado como docente de pregrado y de postgrado en universidades de Chile, Uruguay, Perú y España. En la actualidad se desempeña como docente e investigador del Instituto de Altos Estudios Audiovisuales de la Universidad Regional de O'Higgins, a la vez que está produciendo un largometraje y dos documentales escritos por él mismo que se estrenarán próximamente.

**Contacto:** [trejo.roberto@gmail.com](mailto:trejo.roberto@gmail.com)