

EL AUDIOVISUAL EN LAS ORGANIZACIONES

MARÍA HAYDÉE ESCUDERO

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES - UNCO

escuderomaria.escudero8554@gmail.com

Indudablemente, la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual representa un gran avance en materia de democratización de la comunicación en la Argentina. Si a este avance en materia de legislación le sumamos el crecimiento en lo tecnológico, que ha permitido un crecimiento mayúsculo para las comunicaciones y la información, podremos observar la diversidad y las diferentes posibilidades que las organizaciones populares están teniendo en lo referido a producción y realización audiovisual.

Se está transformando lo tecnológico al soporte digital, lo que hace más versátil las posibilidades de creación audiovisual por parte de las organizaciones.

Esta propuesta investigativa pretende indagar sobre las diferentes posibilidades de producción en comunicación por parte las organizaciones populares, pero además observar qué tipo de producciones y cuáles son sus objetivos fundamentales en esta nueva forma más democrática de producir mensajes audiovisuales.

¿Cómo se da la participación en materia de producción audiovisual en las organizaciones? ¿De qué manera participan los actores sociales en la construcción de los nuevos formatos y las nuevas formas de comunicación audiovisual? ¿Para qué se producen los nuevos formatos? ¿La participación popular en las producciones audiovisuales contribuye al desarrollo social y participativo?

PRIMERA MIRADA EN GRAN ANGULAR

Desde hace más de cuatro décadas se viene hablando de la comunicación popular, de la comunicación alternativa, pero en verdad en nuestro país ¿cuántas posibilidades o experiencias concretas hubieron?

Seguramente que consideraremos que muchas, quizá algunas desconocidas por la ciudadanía, pero lo cierto es que se realizaron esfuerzos para contrarrestar la fuerte presión de concentración de los medios de comunicación, o de información, como me gusta decir.

Si bien esta tentativa de comunicación diferente es reciente en términos históricos, diremos que a lo largo de toda la historia el hombre ha intentado desarrollar este proceso de relación y comunicación con otros hombres.

La comunicación indudablemente es un proceso complejo ya que participan no sólo diferentes actores, sino diversas formas de expresión. El acceso a las herramientas de toda comunicación por parte de la ciudadanía, no siempre estuvo al alcance de todos, sino quizá en manos de pocos, lo que ha llevado a una concentración muy notoria.

Para que toda comunicación se precie de ser popular o alternativa, debiera transitar el camino de la participación y de las múltiples posibilidades de producción de mensajes en todos los ámbitos, sean ellos agrupaciones sindicales, gremiales, barriales comunitarias o bien organizaciones sociales en general, por ejemplo ONG, mutuales, federaciones entre otros.

Es allí donde las necesidades de cada grupo en materia comunicativa se verán reflejadas en la producción de mensajes audiovisuales, escritos o radiofónicos, buscando dar una mirada diferente en cada una de las intervenciones de todo el proceso comunicativo popular.

Presentaré, por coincidir con ello, una conceptualización que hace Jorge Merino Ultreras sobre comunicación popular: “Es aquel que partiendo de la cultura y necesidades de los grupos, transforma las características de la comunicación dominante; donde emisores y receptores intercambian continuamente sus posiciones; aquella que está definida prioritariamente para la participación de todos los sujetos que en ella intervienen, sobre todo aquellos a los que más directamente les atañe el proceso en el que están incluidos”.¹

En la provincia de Neuquén desde la apertura de la democracia se ha visto a la ciudadanía con actitud de apropiación de la comunicación como herramienta para movilizar, buscando dar otra información, que no aparecía en los grandes medios masivos, tanto radiales, como impresos o audiovisuales. Es preciso entonces hacer un pequeño recorrido por los hechos públicos como “la pueblada” de Cutral C6,² las fábricas tomadas por los trabajadores la principal de ellas la fábrica ex Zan6n, ahora Fa.Sin.Pat, por s6lo mencionar algunas de manifestaciones sociales masivas, d6nde la comunicaci6n alternativa, tuvo un alto nivel de popularidad.

Existe una multiplicidad de espacios, que podr6amos llamar “alternativos”, vinculados a diferentes grupos que actuaci6n como sujetos art6sticos y pol6ticos en “espacios p6blicos” como escenarios, re significando la est6tica particular de ellos.

Todo hombre ha intentado siempre comunicarse de diversas maneras y con el correr del tiempo se han ido modificando esas formas de circular los mensajes, como tambi6n los soportes y los medios gracias al avance de la tecnolog6a. La emisi6n de mensajes y la recepci6n se han modificado tambi6n, se construyen nuevos significados, se construyen nuevos sentidos. La tecnolog6a nos ofrece una diversidad de registros, que nos permiten tanto una producci6n audiovisual casera como profesional.

Evidentemente, los medios de comunicaci6n e informaci6n est6n adquiriendo una gran importancia en nuestra sociedad. Los medios audiovisuales se han multiplicado y nos ofrecen una gran variedad de formas de presentaci6n y realizaci6n. Vemos por ejemplo televisi6n por internet, la televisi6n ya est6 en todos los lugares de nuestro planeta, en la calle, en el transporte de pasajeros, en los consultorios, entre otros lugares.

Lo que nos muestra la televisi6n se nos presenta como realidades que no los son sin embargo diremos que lo que vemos y escuchamos en la televisi6n, nos modifica nuestro modo de sentir y percibir.

Es decir la televisi6n no es solamente un medio que nos brinda informaci6n, sino que nos da espect6culo, entretenimiento, se nos introduce en nuestro hogar como un “alguien” m6s, que est6 all6 en nuestro comedor, en nuestra habitaci6n dici6ndonos cosas. Nos va dejando mensajes que van a moldear nuestra cultura, nuestra forma de ver, nos va dejando h6bitos cotidianos, va estructurando nuestra cultura de masas.

Cotidianamente en nuestro televisor se puede pasar rápidamente del dolor, de la angustia, a la risa, luego al juego; mostrándonos imágenes, sonidos y silencios que fortalecen los significados de lo que se muestra, profundizando nuestras sensaciones, pero la pregunta sería: ¿qué hay de nosotros los espectadores? ¿Se sabe qué nos pasa íntimamente al momento de recibir esa batería de imágenes y sonidos? ¿Podemos pasar de una sensación a otra con tanta rapidez? ¿Qué nos queda a nosotros como sujetos?

Es decir tal es la fragmentación que nos presenta el medio televisivo, casi cómo una góndola de cualquier supermercado o feria, dónde encontramos de todo con grandes y elocuentes carteles de colores, todo fragmentado, hasta podría decir que muchas veces nos resulta chocantes ese modo que se nos presenta la “información” o mejor dicho lo que se nos muestra como información.

En nuestra ciudad de Neuquén, en la Patagonia Argentina vemos por ejemplo en un noticiero este tipo de fragmentación de la noticia, debemos soportar por ejemplo muchas veces ver accidentes automovilísticos en plena avenida de Mayo, pero la pregunta sería: ¿qué es lo que representa avenida de Mayo para nosotros? En este lugar, al sur del Río Colorado.

Diré que hoy en nuestro país la Ley de Servicios Audiovisuales nos permitirá ir modificando ciertas formas de producir y realizar los mensajes audiovisuales y los modos de difusión, en una diversidad de canales de emisión televisiva.

La televisión en la Argentina comenzó allá por el año 1951 en la provincia de Buenos Aires, un 17 de octubre día de la lealtad peronista, se realizaba la primera transmisión desde la Plaza de Mayo. La televisión en blanco y negro todo un acontecimiento social y político, si bien tuvo un comienzo como empresa privada, años más tarde fue pública y hoy nos encontramos con el gran desafío de participación que nos otorga la ley 26522.

Decíamos que la televisión analógica en la Argentina tuvo un particular nacimiento, que luego fue desarrollándose paso a paso. Pero no dejemos de mencionar que ese avance si bien fue reciente no tuvo un alcance nacional como sí lo tuvo la presencia del canal nacional , canal 7 argentina, hoy ya consolidado como un medio que está en casi todas las provincias de nuestro extenso país, emisión por aire.

En la Argentina operan alrededor de 44 señales de televisión abiertas una gran cantidad de repetidoras a lo largo y ancho del territorio nacional y sólo tres grandes grupos de empresarios controlan más del 50% de las señales. Ejemplo de ello citaré que el canal 7 de Neuquén está bajo la órbita de Telefónica. Este canal no transmite la señal que emite actualmente el estado nacional como canal 7 Argentina, PAKA PAKA por sólo mencionar dos señales.

La aparición de la nueva ley, y de nuevas posibilidades en la producción de mensajes, hace que la sociedad en su conjunto esté informada respecto de las nuevas alternativas en materia de producción audiovisual.³

Si bien todavía es incipiente en términos e funcionamiento la TDT avanza en su implementación llevando una política de estado en la accesibilidad a la señal, entregando codificadores en un plan sostenido y pensado de distribución. También lo referido a modos de recepción y transmisión colocando las respectivas antenas de transmisión a los efectos de difusión de una señal de alta calidad.

Pero como uno de nuestros interrogantes es referido al modo de acceder y a mostrar información que nos sea de interés comunitario o regional, diremos que también es política de estado la planificación de producción de contenidos que fortalezcan la televisión digital.

En ese sentido no puedo dejar de mencionar que en su primer artículo el Decreto 1148/09 firmado por nuestra presidenta contiene entre otros objetivos no de mejor importancia, la inclusión social, la posibilidad del acceso a una tecnología de calidad digital y la búsqueda de una mayor democratización de la información.⁴

Es sabido por todos los que observamos el fenómeno televisivo que los sectores de menores recursos son los que no pueden llegar a disfrutar de una gran cantidad de programas que muchas veces ofrecen los sistemas de cable y que se niegan sistemáticamente a incorporar las señales abiertas como canal 7 Argentina, INCAA TV entre otros, claro está la batalla por el público pero el crecimiento sostenido y permanente de la implementación de la televisión digital hará que los sectores de menores recursos puedan gozar de una programación como la que nos vienen mostrando pantallas nacionales como las que mencionamos aquí.

SEGUNDA MIRADA EN TELEOBJETIVO

Entiendo que toda inversión en la infraestructura física y tecnológica contribuye a la consolidación de la televisión digital, pero eso no alcanza si tenemos en cuenta que la televisión es una transmisora de un obra audiovisual y para realizar obras audiovisuales, se requiere capacitación, formación y gestiones de sustentabilidad, para que las realizaciones audiovisuales lleguen a su fin , máspreciado que es la audiencia, es decir los televidentes que están esperando propuestas nuevas en la creación de significados.

Todo cambio tecnológico en materia televisiva, debe estar acompañado aunque sean en sus primeros tramos de propuestas nuevas y de inclusión como productores de mensajes. No es posible pensar una nueva televisión, si no estamos pensando en los contenidos y su renovación, no sólo desde la producción misma, sino de los diferentes modos de percepción.

En ese sentido, hemos visto que el plan oficial de implementación de la TVD está sostenido por cuatro programas, uno de ellos es el que nos interesa particularmente. Programa de integración regional, que pretende justamente la motivación a las organizaciones sociales en la realización de obras audiovisuales en sus diversos formatos o en sus diversos géneros televisivos.

Y se concreta en ejes de trabajos estratégicos de trabajo a saber a) De Tecnología, los CEPAS, b) el eje de Investigación y Desarrollo (I+D), en la búsqueda de una investigación que permita el estudio en materia de audiencias, preferencias televisivas etc., articulando trabajo con investigadores universitarios, c) la Capacitación como un modo de realizar procesos de aprendizaje no sólo desde la técnica sino desde la creación audiovisual con diseños artísticos y estéticos nuevos, la búsqueda de no copiar sino de crear diría yo, y por último el eje del Plan Piloto para realizar una búsqueda de demostraciones y capacidades instaladas en cada región de nuestro país.⁵

El programa Polos Audiovisuales se propone fortalecer todas las potencialidades en materia de producción de contenidos para la televisión digital abierta, se pretende promover la igualdad de oportunidades y posibilidades de producción, achicando así una gran brecha que hoy está presente en los medios; entre las grandes capitales productoras audiovisuales y las provincias.

Está organizado en nueve polos audiovisuales tecnológicos integrados por diversas provincias donde participan también las universidades a través del Consejo Inter Universitario Nacional (CIN). En el Polo Patagonia Norte, cabecera Comahue, comenzó a funcionar el nodo Ríos y Bardas, que ya concluyó con su sexto plenario de funcionamiento, un modo de participación abierto y una toma de decisión por consenso grupal.

Estos espacios que ha propiciado la implementación de la nueva televisión, muestra claramente un camino y una actitud de responsabilidad con la comunicación como herramienta de la pluralidad de voces enmarcadas en una democracia creciente.

Nada más importante y movilizador en nuestra patria que la posibilidad de estar informados, más aún de dar información y de ser agentes de nuestros propios mensajes. Es decir ser actores de nuestra propia información, ya no escuchar la noticia de los grandes medios y de las grandes ciudades sino ser protagonistas de nuestras opiniones. Crear nuestra obra audiovisual, decir lo que queremos comunicar e informar.

Diremos que en este proceso de democratizar de la comunicación acompañada con un proceso de innovación y adecuación tecnológico nos posiciona como un país que busca la inclusión y la pluralidad de voces, en marcado en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y orientada con Programas y Planes de políticas públicas comunicacionales.

UNA MIRADA FINAL PARA SEGUIR OBSERVANDO, PARA SEGUIR PENSANDO

No podemos olvidar que el gobierno nacional en la Argentina, que lideró el neoliberalismo no sólo privatizó empresas del Estado como ferrocarriles, sino que también tuvo una política de achicamiento de medios y su consecuente concentración de multimedios. A finales de los noventa apenas sobrevivía un solo canal de televisión público nacional, con muchísimas carencias en lo referido a la producción, un vaciamiento de contenidos, una precaria tecnología. Evidentemente, el Poder Ejecutivo no actuaba sólo en la toma de decisiones de achicar los modos de comunicación y de información en nuestra patria, juntos quizá trabajaban las corporaciones económicas interesadas en el crecimiento de sus empresas.

Pero luego llegó la discusión de la nueva Ley de Medios,⁶ dándole a la sociedad una nueva oportunidad de construcción comunicativa más plural.

Es la primera vez que las Universidades Nacionales, en particular las escuelas de comunicación de cine, están contempladas en una ley nacional. Estimo que los docentes universitarios de las carreras afines a la comunicación debemos repensar nuestros objetivos, nuestros propósitos, establecidos en cada programa curricular.

¿Cómo será la participación de las universidades nacionales en este nuevo desafío de la digitalización?

¿Cómo será la participación de nuestros estudiantes de grado en la vida de cada nodo o en cada polo de contenido audiovisual?

¿Para qué o para quiénes enseñan los planes de estudios de las carreras de periodismo, de comunicación y de cine?

¿Cómo se plantea o se planteará la investigación comunicativa en relación con el crecimiento en materia de producción audiovisual en cada nodo, en cada polo audiovisual?

¿Los docentes universitarios estamos pensando en el proyecto de una televisión nueva? ¿Y nuestros programas de estudios se adecuan a esta nueva propuesta audiovisual?

BIBLIOGRAFÍA

- ALBORNOZ, LUIS A. Y GARCÍA LEIVA, MARÍA TRINIDAD: *La televisión digital terrestre. Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*, Buenos Aires, La Crujía, 2012.
- ARFUCH, LEONOR: “Arte, memoria, experiencia: políticas de lo real”, en *Pensamiento de los Confines*, N° 15, Buenos Aires, diciembre 2004.
- _____ *Identidades, sujetos y subjetividades*, Buenos Aires, Prometeo, 2002.
- AUMONT, JACQUES: *La imagen*, Buenos Aires, Paidós, 1992.
- COSTA, JOAN: *Imagen corporativa en el siglo XXI*, Buenos Aires, La Crujía, 2001.
- GÓMEZ ALONSO, RAFAEL: *Análisis de la imagen*, Madrid, Del Laberinto, 2001.
- GUTIÉRREZ, FRANCISCO: *Pedagogía de la comunicación*, Buenos Aires, Humanitas, 1975.
- KREPS, GARY: *La comunicación en las organizaciones*, Delaware, Addison Wesley Iberoamericana, 1995.
- SEL, SUSANA; PÉREZ FERNÁNDEZ, SILVIA Y ARMAND, SERGIO (comps.): *Recorridos. Del formato analógico al digital en el campo audiovisual*, Buenos Aires, Prometeo, 2011.
- SEL, SUSANA (comp.): *Cine y fotografía como intervención política*, Buenos Aires, Prometeo, 2007.
- VEYRAT MANSON, ISABEL Y DAYAN, DANIEL (comps.): *Espacios públicos en imágenes*, Buenos Aires, Gedisa, 1997.

NOTAS

¹ Jorge Merino Ultreras, *Comunicación popular, alternativa y participatoria*, Manual Didáctico de CIESPAL.

² Los pobladores de Cutral Có y Plaza Huincul vieron que la necesidad de usar los medios era casi un requisito de “seguridad” para el logro del objetivo. Había entre ellos un relator u orador que permitía entregar la información a los diferentes medios. Si bien el referente era sólo uno, la dinámica de elaborar la noticia era conjunta, la modalidad de “asamblea permanente” permitía consolidar un solo discurso. María Haydée Escudero, XXIII Congreso ALAS, Guatemala, 2001.

³ El despliegue de la TDT implica la alternación de algunas de las variables históricas del sector en un contexto sociopolítico regional, donde desde los inicios del siglo XXI, coexisten un conjunto de gobiernos de centroizquierda o progresistas que han planteado al menos desde el

discurso, la elaboración de políticas de comunicación alternativas que asocian la digitalización de los medios de comunicación con mejoras en la calidad de vida de la sociedad. Fernando Krakowiak, Guillermo Mastrini y Martín Becerra. *La televisión digital terrestre*, 2012, p. 197.

⁴ Alentar a la industria local en la producción de instrumentos y servicios digitales. Promover la creación de puestos de trabajo y la capacitación de los trabajadores en la industria tecnológica. Fernando Krakowiak, Guillermo Mastrini y Martín Becerra. *La televisión digital terrestre*, 2012, p. 203-204.

⁵ Programa de integración regional. Tiene como objetivo fomentar la federalización de la producción nacional de contenidos audiovisuales digitales y disminuir las asimetrías existentes entre las distintas regiones del país, a través de la conformación de nueve polos regionales en los que participan universidades nacionales, actores del sector audiovisual y organizaciones de la sociedad civil. Fernando Krakowiak, Guillermo Mastrini y Martín Becerra. *La televisión digital terrestre*, 2012, p. 213.

⁶ La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, que establece las pautas para el funcionamiento de los medios radiales y televisivos en la Argentina, vino a reemplazar la Ley de Radiodifusión 22.285 promulgada en 1980. Con varias modificaciones por Decreto del Ejecutivo Nacional.