

ESCUELA DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
TALLER PROFESIONAL DE CINE Y TELEVISIÓN

**DIAGNOSIS DE LA FORMACIÓN ACADÉMICA SALVADOREÑA EN EL RUBRO AUDIOVISUAL:
COMPENDIO DE EXPERIENCIAS Y RECOMENDACIONES**

CLAUDIA MEYER¹

EL SALVADOR, JUNIO DE 2009

¹ *Mercadóloga, con estudios en gestión y elaboración de proyectos culturales; especialista en gestión del sector servicios. Coordinadora General del Taller Profesional de Cine y Televisión de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, e instructora del programa estatal Escuela de Jóvenes Talentos en Letras.*



ÍNDICE

<i>TEMA</i>	<i>PÁG.</i>
SIGLAS	3
INTRODUCCIÓN	4
1. PANORAMA LOCAL Y REGIONAL	6
2. NATURALEZA CULTURAL Y ECONÓMICA DEL RUBRO AUDIOVISUAL: ALCANCES Y APLICACIONES	12
2.1 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	
2.2 ARTE E INDUSTRIA: OPORTUNIDADES CULTURALES Y ECONÓMICAS	
3. DEMANDAS Y RETOS DE LA FORMACIÓN ACADÉMICA EN AUDIOVISUALES	18
RECOMENDACIONES	24
FUENTES DE CONSULTA	25

SIGLAS

1. ASCINE: Asociación Salvadoreña de Cine y Televisión
2. BAC: Buenos Aires Comunicación
3. BBC: British Broadcasting Corporation
4. CAACI: Conferencia de autoridades audiovisuales y cinematográficas de Iberoamérica
5. CCC: Centro de Capacitación Cinematográfica
6. CECC: Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana
7. CIC: Centro de Investigación Cinematográfica
8. CINERGIA: Fondo de fomento al audiovisual de Centroamérica y el Caribe
9. CUEC: Centro universitario de estudios cinematográficos
10. ECA: Escuela de Cine y Artes Audiovisuales
11. ECMH: Escuela de Comunicación Mónica Herrera
12. EICTV: Escuela Internacional de Cine y Televisión, San Antonio de los Baños (Cuba)
13. ENERC: Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica
14. FUNDACINE: Fundación para la promoción del cine cultural salvadoreño
15. GATS: Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios
16. GATT: Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio
17. GECU: Grupo Experimental de Cine Universitario
18. IBERMEDIA: Programa de desarrollo audiovisual en apoyo de la construcción del espacio visual Iberoamericano
19. ICSR: Instituto Cinematográfico de El Salvador Revolucionario
20. INCINE: Instituto Nicaragüense de Cine
21. OMC: Organización mundial del comercio
22. SECI:
23. TPCTV: Taller Profesional de Cine y Televisión
24. UES: Universidad de El Salvador
25. UNAM: Universidad Nacional Autónoma de México
26. UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
27. UNICEF: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia



INTRODUCCIÓN

Las imágenes en la historia universal se manifiestan desde la prehistoria incluso antes del lenguaje hablado. La imagen visual, en todas sus manifestaciones, constituye un elemento crucial en la vida de los pueblos.

Entender el lugar que las imágenes audiovisuales ocupan en la vida individual y colectiva, descifrar sus significados y estrategias, reconocerse en ellas, utilizarlas como apoyo de la memoria o como herramienta didáctica, aplicarlas como recurso para desarrollar sentimientos de pertenencia local y nacional, ser capaces de producir y disfrutar sus funciones de entretenimiento, y en última instancia, vislumbrar sus posibilidades para impulsar al país por la senda del crecimiento, el desarrollo y la construcción de una sociedad democrática moderna, son algunas de las aplicaciones y el entorno en el cuál se manejan los audiovisuales.

Por otra parte, la producción audiovisual es una de las industrias y manifestaciones culturales emergentes más importantes de la actualidad latinoamericana. Este es un asunto que concierne a la sociedad en su conjunto, no solo a creadores, productores y distribuidores. Y es aquí dónde el oficio cinematográfico no puede ni debe concebirse aislado de la experiencia académica.

Se define como audiovisuales los productos como el cine, la televisión, el documental, los comerciales, los materiales educativos, la animación digital, lo multimedia, video juegos, software para celulares, entre otros. La proliferación de imágenes y sonidos, cada vez más fáciles de obtener, trasladar e intercambiar; así como el acceso a las herramientas para producir y medios para su exhibición o difusión, trae como consecuencia la necesidad de buscar o acceder a los conocimientos necesarios para la elaboración y manipulación de materiales audiovisuales, cuya base lingüística surge del medio cinematográfico y posteriormente se inserta en el televisivo.

Sin embargo, en un entorno en el cuál tenemos compañías productoras, agencias de publicidad, estaciones de televisión, y otras entidades dedicadas al rubro audiovisual, a la fecha han sido de forma marginal los acercamientos a potenciar la formación académica en dicha industria.

Este ha sido el propósito de origen del presente estudio: en primera instancia describir nuestra realidad histórico-inmediata de la formación en el rubro audiovisual, las implicaciones de la misma en temas culturales, en comunicación y económicos; el registro de la experiencia más cercana a la fecha del escenario ideal, la generación de recomendaciones para la puesta en marcha de una entidad académica ad hoc que genere los currículos idóneos para potenciar la especialización técnica audiovisual en nuestro país y en la región.

I. PANORAMA LOCAL Y REGIONAL

En El Salvador ha sido tradición a la fecha el realizar producción audiovisual a partir del escaso conocimiento técnico sobre la misma; en el mejor de los casos, los personajes y productos más representativos que se han logrado han surgido de estudios o especializaciones fuera de tierras patrias, o de extranjeros con formación en el rubro que han venido a radicarse al país.

Si bien la producción audiovisual ha sido y es una fuente de trabajo importante, siendo además un vehículo comunicacional primordial de ideas, productos e información, no se ha considerado como de trascendental importancia el que los profesionales que laboran en esta industria posean las técnicas y conocimientos necesarios que les permitan desempeñar de forma eficiente y eficaz sus labores.

Podemos hacer notar a nivel nacional cinco momentos históricos determinantes en el marco de la búsqueda de una instrucción formal en esta área²:

- En un primer momento, entre 1966-1978, se tiene como escenario la televisión nacional educativa. Al montar a nivel estatal este recurso, no se contaba con recurso humano salvadoreño calificado para operarlo. La solución, en aquel entonces, fue que mediante alianzas y relaciones con la UNESCO, la UNICEF, la BBC y la Televisión Española, se logró el incorporar asesores extranjeros en virtud de formar al personal acorde a las necesidades específicas del medio.
- El segundo, teniendo como lugar de desarrollo la Universidad Nacional de El Salvador (UES). En 1976, el director del Depto. de Periodismo, Víctor Hugo Mata, realiza una revisión y modificación del pensum y la malla curricular de la licenciatura en periodismo, sobre la base de la necesidad de trasladar instrumentos y conocimientos teórico prácticos a futuros profesionales del periodismo, en pro de que los egresados lograsen ejercer su profesión en los medios de comunicación audiovisual, y no sólo en relaciones públicas y medios impresos.

Es así cómo se comienza a hablar de especialidades en medios impresos, electrónicos y cinematográficos. Se monta un laboratorio completo de radio, un circuito cerrado de televisión, un laboratorio completo de fotografía, y se comienza con el montaje de un equipo cinematográfico. Se incluyen al pensum las materias de radio y televisión, producción de televisión, producción de radio, fotoperiodismo (foto-reportaje), cinematografía 1 y cinematografía 2, a partir también de un cambio metodológico: de un enfoque teórico a uno teórico-práctico.

Pasados tres años, se considera pasar de ser un Depto. de Periodismo a formar una carrera especializada que abarcara de forma más técnica los vehículos comunicacionales impresos, electrónicos y cinematográficos. Esta intención se vio frustrada por la 2da. intervención militarizada a la UES en 1979, y el posterior período de guerra civil.

² (Quezada, 2008)



• El tercer momento, a partir de los inicios de la década de los 80's y en plena guerra civil, la izquierda, por su necesidad de dar a conocer la situación política y social que vivía el país y de difundir desde su punto de vista los acontecimientos que se vivían, crea dos instancias cinematográficas:

a. "Cero a la izquierda": Llegó a depender de radio Venceremos. Este grupo de cineastas se planteó como objetivo el crear películas que reflejasen lo que estaba pasando en la guerra, generalmente a través de docudramas.

b. La creación del segundo ente tuvo una visión distinta: no de agruparse solo para hacer y dar a conocer. Realizaron el planteamiento de la formación de un instituto cinematográfico, que en el momento de producir las piezas, se formaba in situ y alrededor de la experiencia a la gente participante en la producción, dado que no existían escuelas técnicas en el rubro. Esta instancia tuvo por nombre "Instituto Cinematográfico de El Salvador Revolucionario" (ICSR). El ICSR se propuso en su momento ir más allá de la producción de piezas a través de generar las bases para una producción permanente a nivel cinematográfico. Funcionó hasta 1984 y de ahí se desbarató por una politización excesiva. Esta experiencia proveyó de formación a través del hacer: se captaban jóvenes y se les daba la formación en especialidades (edición, sonido, cámara, elaboración de proyectos) en el mismo momento de estar realizando la pieza cinematográfica. No se otorgaba grado académico ni certificación.

• El cuarto período, entre 1992 y 1995, la Asociación de Productoras de Televisión, que en ese momento estaba conformada por empresas de producción documental e institucional, se propuso el montaje de una escuela técnica de producción, dirigida específicamente a formar en técnicas. Esta planificación se desvirtuó al desaparecer la asociación en 1995.

• Paula Heredia, reconocida realizadora salvadoreña, en 1995 planteó nuevamente la necesidad de formar una escuela. La gestión en su momento involucró a la Universidad Tecnológico de El Salvador, y a la Universidad Dr. José Matías Delgado, como posibles catalizadores de la iniciativa. Sin embargo, este impulso no prosperó.

Para el año 2000, el panorama académico lo conformaban 123 carreras en educación superior, por parte de 29 universidades, estudiando aprox., 117334 estudiantes. De dicha población, el 2.8% correspondía a estudiantes inscritos en Comunicaciones, es decir, 3285 estudiantes³.

Generalmente dentro del pensum de las licenciaturas en la rama de la comunicación (relaciones públicas, comunicaciones, periodismo y similares), se incluyen a la fecha materias como "Tecnologías para medios de comunicación", "Producción en televisión", "Periodismo televisivo", "Periodismo digital", "Televisión", "Crítica cinematográfica", entre otras relacionadas al medio audiovisual. Es así como todos los elementos que componen la realización de producción comunicacional a través de la imagen se abarcan en un semestre de clases, en su mayor parte desde un tratamiento más teórico que práctico.

³ (Joao, 2000)

La Universidad Don Bosco, dentro de su Escuela de Comunicación, oferta desde el 2005 un técnico en multimedia, de dos años de duración. El programa está diseñado para que los graduados se desarrollen como productores multimedia, operadores de audio y video.

En el año 2006 la Escuela de Comunicación Mónica Herrera facultó de las condiciones necesarias para poner en marcha el Taller Profesional de Cine y Televisión. Las actividades académicas de dicho Taller han sido orientadas a ofertar un Diplomado en cine y televisión de 8 meses de duración, y el montaje de talleres de especialidades con un máximo de 15 días de instrucción.

A nivel Centroamericano, la tendencia entre las décadas de los 70's y los 80's fue el potenciar la creación de institutos o escuelas que más que desarrollar funciones académicas, eran verdaderos centros de producción, priorizando la realización sobre el aprendizaje. Los productos fílmicos de dichas décadas tienen el común denominador de ser en su mayoría recursos de denuncia: una cinematografía que se convirtió en voz fílmica de las gestas revolucionarias del istmo. Tal fue el caso de Nicaragua con la creación del "Instituto Nicaragüense de Cine" (INCINE), cuya producción incursiona en los temas de la revolución, la guerra y los logros obtenidos por los sandinistas. Otros referentes de la época fueron Istmo Films (Costa Rica), y el Grupo Experimental de Cine Universitario (GECU), en Panamá.

Ajeno a estos vaivenes políticos, en Costa Rica se producía ficción y documentales sobre la realidad de nación. La primera escuela de la región centroamericana versada en estudios cinematográficos se apertura en 2003 en dicho país, siendo la única institución de educación superior en Centroamérica a la fecha que ofrece una licenciatura formal en audiovisuales: la universidad Veritas, a través de su escuela de animación digital, y la escuela de cine y televisión. Es así como en la actualidad nos encontramos en un escenario en el cuál la consecución de producción predomina sobre la formación⁴⁻⁵.

La realidad mesoamericana nos dice que los países que desarrollan producción audiovisual propia en su mayoría cuentan con centros de educación superior que ofertan carreras técnicas para nutrir de profesionales y especialistas al medio.

Entre los más cercanos a El Salvador, México cuenta con espacios como el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC), el Instituto Cinematográfico Lumiere, el Instituto Ruso Mexicano Serguei Eisenstein de Cine y Actuación, el Centro de Arte Audiovisual, y el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC-UNAM), entre otros, que tienen entre sus carteras curriculares técnicos y licenciaturas en el rubro audiovisual, con una duración promedio de estudios entre 2 años y medio a 5.

Cuba a través de la Escuela Internacional de Cine y Televisión (EICTV), provee de un curso regular de 3 años el cuál permite especializarse en temáticas diversas (dirección, documental, edición, producción, sonido, guión y fotografía).

⁴ (Cortés, 2006)

⁵ (Wallner, 2006)



Al sobreponer el criterio geográfico Latinoamérica versus Mesoamérica, el panorama se expande en una mayor oferta académica focalizada en el cono sur⁶, parte de ello siendo las instituciones:

- El Centro de Investigación Cinematográfica (CIC), en Argentina.
- Buenos Aires Comunicación (BAC), a través de su escuela de nuevos medios, y su escuela de cine y televisión en Argentina.
- Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC), dependiente de la Instituto Nacional de Cine y Artes audiovisuales; Argentina.
- Escuela F. Fellini de las artes audiovisuales, Argentina.
- Instituto de arte cinematográfico de Avellaneda, Argentina.
- Instituto superior Bristol, Argentina.
- Escuela superior de cinematografía, Argentina.
- Escuela profesional de cine y artes audiovisuales de Eliseo Subiela, Argentina.
- Escuela de cine de Chile.
- Escuela de cine Valparaíso, Chile.
- Escuela de cine La Toma, Chile.
- Escuela de cine de Valdivia, Chile.
- Escuela de cine de Guayaquil, en Ecuador.
- Escuela nacional de cine, Venezuela.
- Black María, escuela de cine, Bogotá-Colombia.
- La fábrica, escuela internacional de cine, Bolivia.
- Escuela de Cine y Artes Audiovisuales (ECA), Bolivia.
- Escola livre de cinema, Brasil.

Es así cómo a la fecha nos encontramos enmarcados en una región centroamericana que posibilita al mínimo el realizar estudios sistemáticos en lenguaje audiovisual y que no contempla como necesidad preponderante la formación de realizadores cinematográficos con sólidas bases en arte y técnica, en virtud de estimular una adecuada industria audiovisual.

⁶ La región del Mercosur ofrece un mercado potencial de 50 millones de hogares, cuya industria audiovisual genera una facturación en publicidad de alrededor 4.500 millones de dólares. (Industrias culturales basadas en redes distribuidas)

2. NATURALEZA CULTURAL Y ECONÓMICA DEL RUBRO AUDIOVISUAL: ALCANCES Y APLICACIONES

Si bien la inversión en desarrollo humano hace la diferencia en la mejora de condiciones de vida y sostenibilidad, la cultura constituye unos de los principales patrimonios de nuestras sociedades, y, por ende, es parte activa de nuestro capital humano, que por transitividad, lo es de cada nación y región. Tal es así, que en el marco de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo (1998), se plantea que “la política cultural, siendo uno de los principales componentes de una política de desarrollo endógena y duradera, debe ser implementada en coordinación con otras áreas de la sociedad en un enfoque integrado. Toda política de desarrollo debe ser profundamente sensible a la cultura misma”⁷.

Si partimos que el centro del desarrollo sostenible es el ser humano, la cultura, como parte inherente a nuestro quehacer social, se vuelve un factor ineludible en pro de garantizar la potencialidad de las capacidades creativas y la innovación.

La cultura provee de singularidad a una región: se vuelve la cartera de patrimonio tangible e intangible que caracteriza e individualiza un sector geográfico a partir de los individuos que la conforman. La cultura es proyección; es la visibilidad que nos identifica, diferencia y marca dentro de la comunidad internacional.

La cultura ha dejado de ser vista como bien suntuario. De tal suerte que ahora la OMC ha establecido que “los productos culturales también son mercancía”⁸. Los bienes culturales se consideran productos para el entretenimiento, similares, a efectos comerciales, a cualesquiera otros productos y por lo tanto sometidos por entero a las normas del comercio internacional. Postura defendida por los Estados Unidos de Norteamérica en donde la industria cultural recibe el mismo tratamiento que cualquier otra actividad industrial (ya sea el sector del acero o el de la actuación) y desde donde las políticas de subvención cultural practicadas en otros países son calificadas de proteccionismo comercial. La postura defendida por Francia y otros países de la Unión Europea, señala que los productos culturales se consideran activos que transmiten valores e ideas, es decir, instrumentos de comunicación social que contribuyen a modelar la identidad cultural de una comunidad determinada. Por ello tales productos deben excluirse de los acuerdos comerciales internacionales.

⁷ (Canclini, *Todos tienen cultura. ¿Quiénes pueden desarrollarla?*, 2005)

⁸ (Bermejo, *Marzo-agosto 2003*)



Se trata de la idea del "excepcionalismo cultural": los objetos culturales (películas, libros, etc.) que constituyen parte esencial del acervo cultural de un país, deben preservarse y evitar su desaparición y, por lo tanto no pueden ser tratados como el resto de las mercancías de consumo⁹⁻¹⁰.

El estudio de la industria cultural se encuentra en el seno de la geografía económica en una etapa todavía muy naciente si se compara con otros sectores de la actividad empresarial. Sin embargo la creciente globalización económica junto con la importancia de la llamada economía de lo intangible, particularmente entre los países más desarrollados, convierte a este sector en uno de los que se espera un mayor crecimiento y proyección de la mano de las telecomunicaciones.

2.1 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Cualquier posible comprensión del mundo audiovisual debe partir de su posición como fenómeno comunicacional y como hecho cultural.

⁹ (Orueta, 2004)

¹⁰ "La Organización Mundial del Comercio (OMC) es una organización internacional surgida de la ronda de negociaciones iniciada en 1986 en Uruguay, en el marco del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, del inglés General Agreement on Tariffs and Trade). Además de la OMC y de un nuevo GATT, la Ronda Uruguay (1986-1993/94) también originó otros acuerdos, como el GATS (Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, del inglés General Agreement on Trade in Services). Las discusiones sobre el trato del sector audiovisual dentro del GATS se prolongaron hasta el último momento, en diciembre de 1993. La solución definitiva no fue ni la de excepción ni la de especificidad cultural, que ambas exigen la inserción en el GATS de una disposición específica relativa a la cultura. La situación se resolvió en dos partes:

- Por un lado, la Comunidad Europea y los estados miembros no adoptaron obligaciones específicas de liberalización en lo que se refiere al acceso al mercado y al trato nacional. No se comprometieron, pues, a dar libre acceso general a las empresas audiovisuales extranjeras, reservándose, además, el derecho a discriminar entre empresas extranjeras en función de afinidades lingüísticas y culturales (países de habla francófona en Francia, Hispanoamérica en España, por ejemplo).

- Por el otro, se incluyeron medidas relativas al sector en la lista de exenciones a la cláusula de la nación más favorecida. Esta medida se regula mediante el artículo II del GATS, que impone la no discriminación entre extranjeros, salvo en aquellos casos en que se haya alcanzado un acuerdo de exención. En la versión oficial del acuerdo en español, se puede leer que está permitido "mantener una medida incompatible siempre que tal medida esté enumerada en el Acuerdo sobre Exenciones de las Obligaciones del artículo II y cumpla las condiciones establecidas en el mismo". Este listado de exenciones incluye efectivamente la cultura y, por tanto, el sector audiovisual.

Pero el anexo del GATS que regula estas exenciones, y éste es el quid de la cuestión, establece que se trata de exenciones temporales. Según el punto 6 del anexo, "En principio, esas exenciones no deberán exceder de un plazo de 10 años. En cualquier caso, estarán sujetas a negociación en posteriores rondas de liberalización del comercio".

En resumen:

- Las disposiciones de liberalización del comercio de servicios del GATS se aplican a la cultura y al audiovisual como a cualquier otro sector de los servicios.

- La llamada "excepción cultural", como tal, no existe.

- En concreto, no se puede adoptar nuevas medidas proteccionistas en el sector audiovisual que discriminen entre extranjeros no comunitarios (favoreciendo, por ejemplo, a países terceros de una misma área lingüística o cultural). Por otro lado, las medidas ya existentes no deben exceder "en principio" los 10 años de duración y, en cualquier caso, estarán sometidas a negociación en el futuro.

- Con vistas al futuro, ningún miembro de la OMC puede rechazar una negociación sobre la liberalización del audiovisual. Este sector ya está incluido en el acuerdo GATS y nadie se podrá oponer a que EEUU, por ejemplo, haga de él uno de los caballos de batalla de las negociaciones futuras. Cabe recordar que el sector audiovisual es el segundo de EEUU en volumen de exportación". (Torrent, Septiembre-diciembre 2002)

La comunicación es el proceso y producto de la construcción cultural de la realidad, sean cuales sean sus variadas materias expresivas (palabras, imágenes, sonidos, cuerpos) y sus diversos fines comunicativos (artísticos, informativos, educativos, publicitarios, recreativo, etc.). De este modo, como todo fenómeno comunicacional, lo audiovisual se define por ser, en cada ocasión y al unísono, un artificio (el objeto: la película, el programa de televisión) y un quehacer social (por ejemplo el ir al cine)¹¹.

Indudablemente, el largo devenir de los medios tiene una incidencia en la formación de los procesos mentales y las relaciones sociales que definen la humanidad. Somos, en cada época histórica, el resultado de los medios que adoptamos y adaptamos: de los orígenes de los signos a las terminales de la red hipermedia. Cada uno de los llamados "medios de comunicación" a lo largo de la historia es exactamente eso: resultado de una compleja conjunción textual y social entre lenguajes, aparejos y usos.

La comunicación audiovisual es cualquier intercambio de mensajes entre personas a través de un sistema tecnológico sonoro o visual. La mediación tecnológica es un elemento indispensable en este tipo de comunicación. Los sistemas de comunicación audiovisual tradicionales son la radio, el cine y la televisión. Actualmente se han consolidado nuevos sistemas de comunicación audiovisual, como internet o los videojuegos, que ya empiezan a estudiarse y a denominarse como tales. Además comparte rubros difusos con otros conceptos como "multimedia" o "hipermedia" y ha tenido que amoldarse a la transformación de la realidad comunicativa.

Existe comunicación audiovisual cuando nos encontramos con un mensaje multisensorial -imagen y sonido-, con una finalidad comunicativa, generado a través de lenguajes capaces de aglutinar y combinar diferentes matrices (icónica, sonora, textual).

El lenguaje cinematográfico es comprendido como un sistema comunicacional donde un emisor - el director y su equipo - produce señales para uno o varios receptores - los espectadores. Recordemos que las señales se basan en un código socialmente establecido. En el cine las señales son sobre todo señales visuales aunque también se emiten señales auditivas, sin embargo, estas señales auditivas están subordinadas a las señales visuales.

Si se valora el rol de los mensajes visuales se descubre que la imagen es universal y atemporal, cualidades que favorecen una comunicación inmediata, y que además permiten su uso en las más diversas áreas del conocimiento.

2.2 ARTE E INDUSTRIA: OPORTUNIDADES CULTURALES Y ECONÓMICAS

La relación entre cultura y economía es directamente proporcional: el impulsar la producción local estimula el desarrollo de una industria que su reto es volverse sostenible.

¹¹ (García, Abril 2009)



Dentro del panorama global, las proyecciones para el 2008 son un crecimiento del 29% en la industria del contenido digital; en la industria del cine, la movilización de \$108 miles de millones, \$20 miles de millones para juegos de video, y \$50 miles de millones en animación¹².

La industria cultura es "cualquier entidad con la misión de crear, producir, y distribuir eventos, bienes, productos y servicios culturales"¹³. Los mercados culturales se van haciendo más globales, el comercio internacional de objetos culturales se ha multiplicado por cinco entre 1980 y 1998. Las industrias culturales se han convertido así en uno de los sectores más dinámicos del comercio mundial, creando riqueza y economía en el contexto de la sociedad del conocimiento.

Todo objeto cultural se concibe así, como un producto que además de un valor estético y/o moral, tiene un valor monetario en función del cual, el mercado selecciona no sólo la oferta de los productos culturales, sino también la posibilidad de producirlos¹⁴.

No se trata de reducir el estudio de las industrias culturales a la incidencia de estas en crecimiento económico y empleo. Es vital considerar el tema cultural para los procesos de integración nacional y regional, además de lo que puede significar para la identidad y el auto-reconocimiento de los individuos y las sociedades, sin cuya existencia es una falacia el hablar de un posible desarrollo¹⁵.

El conjugar industria y arte es tratar de volver a integrar las capacidades de la sociedad haciendo un esfuerzo en cada sector para comprender a los restantes y aportar en lo que le sea posible, al desarrollo y progreso del conjunto. Aunque para ello deba reconocer previamente las particularidades y la lógica específica de cada uno, pero sabiendo que a través del mejoramiento de estos intercambios pueden beneficiarse todos los que en ellos participen.

Al aumentar la producción nacional en detrimento de la importación de contenidos extranjeros, lo audiovisual se vuelve un importante motor de crecimiento: la tendencia actual del runaway productions, que consiste en la práctica estadounidense de filmar fuera del país de origen con el propósito de abaratar costos, provee de un ahorro del 65% en costos de producción, que en el 2006 implicó la absorción de \$3,800 millones de dólares en concepto de gastos directos en otros países, a través de al renta de equipo, salarios, viajes, catering, etc. Esta tendencia va en aumento pues es viable producir fuera de USA con menores costos y la misma calidad¹⁶.

Nos enfrentamos entonces a un panorama que oferta dos vías de estimulación a la industria del audiovisual:

- La realización de producción nacional.
- La atracción de filmaciones extranjeras.

¹² (Costa Rica, Septiembre 2007)

¹³ (Industrias culturales basadas en redes distribuidas)

¹⁴ (Rivero, Enero-junio 2009)

¹⁵ (Getino, La cultura como capital, 2007)

¹⁶ (Costa Rica, Septiembre 2007)

Sin embargo el desarrollar cualquiera de dichas estrategias implica la consecución de las siguientes condiciones:

- La disponibilidad de talento calificado.
- La capacidad de atraer clientes nacionales y extranjeros.
- La estructura fiscal que inyecte incentivos al desarrollo de esta industria.
- La legislación que norme de forma efectiva y sea congruente con los estándares internacionales de la industria.

Bajo estas características, en virtud que la cultura genera trabajo y produce crecimiento económico, el legislar esta industria pasa de ser una cuestión meramente jurídica a ser una política cultural como promoción del desarrollo. La realidad de la actividad audiovisual y cinematográfica muestra una situación muy diferente en cada país. El espectro abarca desde países con limitado apoyo del Estado, hasta aquellos que ya cuentan con una legislación de fomento, una industria emergente y una producción sostenida. El conjunto de los mercados culturales latinoamericanos, español y de latinos en EEUU suma unos 550 millones de lectores-espectadores-internautas, reales o virtuales¹⁷. Centroamérica tiene un mercado potencial de más de 30 millones de espectadores. En este contexto, la legislación, más que frenar, debe crear las condiciones propicias para desarrollar y fomentar oportunidades en un marco regulado. Es así cómo en Colombia, al aprobar la ley de cine en 2004, pasó de hacer 4 a 15 cortometrajes anuales en promedio. En México se pasó de 20 a 37 largometrajes por año; en Argentina al aprobarse la ley de cine se pasó de 10 a 35 largometrajes al año¹⁸.

Las naciones que han impulsado su industria audiovisual y cinematográfica, han reportado importantes índices de crecimiento económico, creación de puestos de trabajo y, sobre todo, un excelente retorno económico, en relación a la inversión.

¹⁷ (Canclini, Septiembre-octubre 2001)

¹⁸ (Primer encuentro de representante del cine y el audiovisual de Centroamérica y República Dominicana, 18 y 19 septiembre 2008)



3. DEMANDAS Y RETOS DE LA FORMACIÓN ACADÉMICA EN AUDIOVISUALES

Se ha señalado que una de las condiciones que se requieren para el desarrollo de una industria audiovisual regional es la disponibilidad de talento calificado. La industria audiovisual y cinematográfica abarca 6 ejes fundamentales: formación, producción, difusión, comercialización, preservación del patrimonio histórico fílmico, e investigación.

La mayoría de artículos, estudios, declaraciones, etc., que giran alrededor de la educación en medios suelen empezar citando una serie de datos estadísticos orientados a demostrar la importante presencia (e influencia) que los medios de comunicación tienen en la vida de la sociedad en general, así como el papel central que desempeñan en muchos procesos sociales. Sobre esta idea se basa la defensa de la educación en comunicación audiovisual, es decir, enseñar a comprender y a utilizar los medios de comunicación.

Cuando hablamos de educación en medios podemos encontrar muchos conceptos afines que se refieren más o menos a la misma idea: enseñar a comprender, analizar y usar los medios de comunicación. No se trata, por tanto, de educar a través de los medios ("educación con medios"), utilizándolos como material de apoyo sino de transformar la comunicación audiovisual en materia de estudio.

Así, la necesidad de una formación en audiovisuales surge más de la posición central que ocupan los medios de comunicación en la vida social, política y cultural actual, que no de los riesgos que conllevan. Dicha formación puede incluir muchos contenidos diferentes, dada la complejidad y amplitud de su objeto de estudio. En este sentido, D. Buckingham y K. Domaille (2001), distingue cuatro grandes áreas de contenidos¹⁹:

- a) Lenguaje: donde se incluirían aspectos relacionados con la estética, la narrativa, los géneros y sus convenciones, la puesta en escena propia de cada medio.
- b) Representación: donde se estudiarían los valores y la ideología que transmiten los mensajes de los medios, los estereotipos, los puntos de vista, el tema del realismo, cómo los medios no reflejan la realidad "tal como es", sino que construyen una determinada representación de la realidad.
- c) Producción: que incluiría tanto el estudio del contexto de producción (industrias, organizaciones, instituciones, etc.), como los aspectos económicos, las prácticas profesionales, el concepto de autoría, etc.
- d) Audiencias: desde la reflexión sobre el propio uso que se hace de los medios al estudio del papel que desarrollan en la construcción de la identidad, la respuesta a los medios de diferentes tipos de audiencias, cómo se construye la audiencia, o la influencia de los medios en la vida social y el sistema político.

¹⁹ (Rota, Mayo-agosto 2006)

Bajo este escenario, se vuelve fundamental la formulación de propuestas y concreción de ofertas académicas en educación superior en el rubro audiovisual, que forme y prepare profesionales en áreas de especialización. Esto asegurará el aprovechamiento de los nuevos espacios de expresión en el cuál se desempeñan los comunicadores del nuevo siglo.

El considerar la formación como paso previo y fundamental propicia el escenario idóneo para generar profesionales sustentados en conocimiento técnico formal. Permite a su vez el generar productos audiovisuales de calidad y técnicamente formulados.

Si bien El Salvador registra al 2007 un total de 37 instituciones de educación superior; ninguna de ellas contempla entre su cartera académica educación especializada en medios audiovisuales²⁰. Estamos en una sociedad que produce contenidos televisivos, publicitarios y cinematográficos en su mayoría bajo un alto grado de empirismo. La transferencia de mensajes visuales se hace bajo parámetros del “siempre lo he hecho así”. La práctica, sin el sustento teórico técnico, redundando en destrezas limitadas que llevan a un ineficiente e ineficaz aprovechamiento de los medios.

El reconocer a los medios audiovisuales como una industria cultural, la formación es la primera acción que debe ser abordada, aspirando a una capacitación integral a través de la enseñanza, la producción (aprender haciendo), difusión (exhibición y transmisión), comercialización, preservación e investigación.

La ausencia de centros formativos en audiovisuales es uno de los frenos para que las producciones regionales logren estándares de calidad que les permitan ingresar de manera efectiva en el mundo audiovisual. El contexto sociocultural de la región exige la participación de un profesional con una auténtica formación audiovisual, capaz de estimular y acelerar los significativos registros de una práctica social en ascenso. Un claro ejemplo lo constituye la imprescindible televisión, de enorme incidencia en la rutina productiva contemporánea, exigente de nuevas y cambiantes tipologías publicitarias, y aun en su misma programación y realización. Es, por lo tanto, un espacio que demanda recursos humanos cada vez más especializados, en tanto el influyente proyecto de comunicación que representa ha de ser consecuente con una estrategia social, económica y cultural. El cine, por su parte, exige igualmente una consistente preparación de profesionales, en lo artístico, técnico y directivo, que puedan conjugar y potenciar la azarosa labor de desarrollar una imagen de lo particular latinoamericano y hacer competitiva la poética de su cinematografía.

En la actualidad en El Salvador existen iniciativas en pro de formar al medio audiovisual. Se denota la experiencia del “Taller Profesional de Cine y Televisión” (TPCTV), de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera. A la fecha esta instancia lleva dos promociones certificadas de un Diplomado en cine y televisión (de 8 meses de duración), y en curso una tercera. Adicional oferta “talleres especializados” con un máximo de 15 días de duración en los diversos aspectos inherentes a una producción audiovisual (animación, dirección de fotografía y cámara, sonido, entre otros).

²⁰ (Ministerio de Educación, 2009)



El público objetivo de estas iniciativas ha sido el gremio profesional, en virtud de capacitarles en las herramientas y técnicas necesarias para el desempeño de su profesión.

Si bien el esfuerzo ha sido loable, el cuerpo docente, administrativo e inclusive los participantes reconocen que el campo de acción es restringido: un diplomado de 8 meses en el que se imparten a grosso modo las cátedras de guión, dirección y producción, realizando como prácticas finales 4 cortometrajes con una duración máxima de 15 minutos, no es comparable a los estudios formales de dos años y medio que pudiera realizar un profesional en el CUEC, certificándose además en la especialización de su interés.

Los profesionales del medio deben contar con instrumentos de análisis y promoción de la cultura, conscientes de la indudable relevancia de su ejercicio laboral en el afianzamiento de la identidad cultural y artística, donde lo audiovisual juega un papel de excepción. "La identidad es una construcción que se relata", afirma García Canlini, y por lo tanto, lo fundamental es "quién nos va a contar la identidad".

La carrera de cine y televisión, más sus especializaciones, es un vacío preocupante en el ámbito universitario centroamericano. Ofrece una perspectiva promisoriosa para el desarrollo del potencial artístico, técnico y creativo de los futuros graduados. La experiencia profesional, artística y académica de esta formación, desde una visión actualizada de lo audiovisual, abre amplias posibilidades laborales en campos diversos y de alto potencial económico.

Siendo tan imperativa e imperiosa la necesidad de formación en audiovisuales en la región centroamericana, es curioso denotar cómo en su mayor parte los esfuerzos encaminados a potenciar el desarrollo de la industria son orientados al desarrollo de políticas, producción, distribución, preservación, y construcción de un mercado común. Tal es el caso del CECC, en su plan regional 2005-2009²¹, en el cuál incluye la oferta de ayudas en producción no siéndolo en formación.

Por otra parte, tenemos la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI)²², el cuál es el órgano máximo del Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana. Está integrada por las autoridades competentes en la materia, conforme a la legislación vigente en cada uno de los estados parte y observadores. La Secretaría Ejecutiva de la Cinematografía Iberoamericana (SECI) es el órgano técnico y ejecutivo del CAACI. Tiene su sede en Caracas, Venezuela y funciona de manera continua a lo largo del año.

Está representada por el Secretario Ejecutivo designado por la CAACI para períodos de dos años. En sus objetivos inmediatos no estipulan en forma concreta el apoyo a formación en audiovisuales.

²¹ (CECC, 2005)

²² (CAACI)

Existen otras instancias en la región que estimulan la producción, más no la formación:

- CINERGIA: a través del otorgamiento de fondos mediante convocatoria y concurso abierto.
- Casa Comal: promueve la edición anual del Festival Centroamericano de Cine y Video, Ícaro.

La realidad audiovisual muestra una situación muy particular en cada país de la región centroamericana: desde países con limitado apoyo de sus gobiernos, hasta aquellos que ya cuentan con una legislación y organización ad hoc del sector. Sin embargo es un común denominador de las realidades centroamericanas la carencia formativa técnica especializada. Formación que idóneamente debería encontrarse supeditada a:

- Una organización institucional dinámica y flexible: competitividad académica generada del perfeccionamiento de habilidades: "Las instituciones de educación superior deben adoptar estructuras organizativas y estrategias educativas que les confieran un alto grado de agilidad y flexibilidad, así como la rapidez de respuesta y anticipación necesarias para encarar creativa y eficientemente un devenir incierto (...) tienen que transformarse en centros aptos para facilitar la actualización, el reentrenamiento y la reconversión de profesionales, y ofrecer sólida formación en las disciplinas fundamentales junto con una amplia diversificación dar programas y estudios, diplomas intermedios y puentes entre los cursos y las asignaturas". (UNESCO, 1998)²³.
- Docentes especialistas en su ramo, forjados tanto teórica como profesionalmente. Alta preparación en situaciones directas del desempeño en el medio. Que se mantengan plenamente informados del desarrollo de las nuevas tecnologías aplicadas. Académicos de peso y prestigio que doten a los alumnos de las competencias necesarias para desarrollar juicios críticos previa toma de decisiones, con base cognoscitiva.
- Personal de apoyo tecnificado para desarrollo de prácticas e instructorías.
- Instalaciones y equipo que propicien la realización de prácticas de fotografía, de cámara, edición, captura de sonido, interpretación, animación, etc.
- Currículo basado en competencias, previa definición de las idoneidades profesionales esperadas: perfilar al egresado acorde a las necesidades a satisfacer del medio. En línea con un proyecto institucional definido. Relacionado directamente con la adaptabilidad de los profesionales a situaciones cambiantes e incluso a las transformaciones laborales y de ocupación que seguramente les afectarán.
- Metodología aprender-haciendo y aprender para toda la vida. Aprendizaje por experiencia directa considerando la formación inicial como punto de partida para una educación permanente y dar paso a lo que se denomina el I-Aprendizaje o educación para toda la vida: "la educación superior necesita introducir métodos pedagógicos basados en el aprendizaje para formar graduados que aprendan a aprender y a emprender; de suerte que sean capaces de generar sus propios empleos e incluso crear entidades productivas que contribuyan a combatir el flagelo del desempleo" (UNESCO, 1998)²⁴.

²³ (Martín)

²⁴ (Martín)



- Alianzas, intercambios, relaciones internacionales en pro de constante actualización.

Dado el entorno inmediato, es de suma importancia el lograr desarrollar profesionales altamente capacitados en corto tiempo: si bien el fomento regional se encuentra orientado en su mayor parte al área de producción, debe entonces de proveerse del personal cualificado que pueda hacer frente a estas dinámicas: el acceso a fondos, ofertas de trabajo, freelance, consultorías, teniendo el bagaje teórico-práctico requerido.

RECOMENDACIONES

Existe un nicho académico no abordado en la región centroamericana, a partir de la formación en medios audiovisuales. En vista de la excelente acogida que han tenido las diferentes ofertas del TPCTV, sumados a los comentarios y demandas foráneas recibidas se sugiere:

- La formulación de un proyecto que contemple la instalación, diseño curricular y puesta en marcha de una instancia que provea de especializaciones académicas superiores en audiovisuales, para y desde la región centroamericana. Debe romperse el paradigma clásico de la connotación artística del audiovisual: la formación responde a necesidades concretas de una industria, y debiera desarrollarse con los fundamentos pedagógicos y tecnológicos que requiera.
- A la par de lo anterior; o previamente, debe trabajarse el tema Estado y entorno:
 - El desarrollo de una política cultural en materia audiovisual que generen buenas condiciones de desarrollo para todos los actores.
 - La generación de legislación que regule, proteja y fomente.
 - Insertar la industria audiovisual como tema de nación, en la agenda país: ello abre la posibilidad de potenciar este rubro con el apoyo de instituciones estatales y privadas. Esto haría factible el acceder con mayor facilidad a fondos de la cooperación internacional para montar el proyecto.
 - Fortaleciendo las relaciones con el CEEC y CAACI como entes articuladores del desarrollo de la industria cinematográfica y audiovisual regional. Ambas instancias poseen la facultad de gestionar fondos para financiar y fortalecer proyectos, así como la capacidad administrativa instalada para ello.
 - Velar por la interconexión de la infraestructura institucional necesaria (pública o privadas, por prácticas comunes y complementarias), para el despegue de la industria: Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía, Ministerio de Turismo, Ministerio de Educación, la banca, televisión, casas productoras, distribuidores y exhibidores, FUNDACINE, ASCINE, entre otros.



FUENTES DE CONSULTA

Bermejo, C. G. (Marzo-agosto 2003). Política económica e industrias culturales en América Latina: hacia una estrategia multinacional. Derecho y cultura No. 9 , 93-100.

CAACI. (s.f.). CAACI. Recuperado el 13 de Marzo de 2009, de www.caaci.int

Canclini, N. G. (Septiembre-octubre 2001). Por qué legislar sobre industrias culturales. Nueva sociedad, no. 175.

Canclini, N. G. (2005). Todos tienen cultura. ¿Quiénes pueden desarrollarla? Washington: Seminario sobre cultura y desarrollo, Banco Interamericano de Desarrollo.

CECC. (2005). Plan estratégico regional de cultura 2005-2009: la cultura, fundamento del desarrollo sostenible en el siglo XXI.

Cortés, M. L. (2006). Centroamérica en celuloide. Mirada a un cine oculto. Istmo: Revista de estudios centromericanos.

Costa Rica, M. d. (Septiembre 2007). Costa Rica audiovisual. San José.

García, L.A. (Abril 2009). Una cierta idea del cine. Shangri-La Ediciones.

Getino, O. (Abril de 2007). La cultura como capital.

Industrias culturales basadas en redes distribuidas. Fondo multilateral de inversiones, Banco Inter-Americano de Desarrollo.

Joao, O. P. (2000). La misma oferta, las mismas carreras, los mismos problemas. La Prensa Gráfica.

Martín, V. S. (s.f.). La formación en competencias: el desafío de la educación superior en Iberoamérica. Revista Iberoamericana de Educación, OEI.

Ministerio de Educación, G. d. (2009). Cuentas generales de educación. Visión general 2009. San Salvador.

Orueta, A. G. (2004). La industria cultural en el mundo. Estructura, composición y distribución territorial de los grupos multimedia en España. Cybergeo: Revue européenne de géographie, No. 280.

Quezada, F.A. (13 de Agosto de 2008). Sobre instrucción formal en audiovisuales en El Salvador. (C. Meyer, Entrevistador)

Rivero, H. H. (Enero-junio 2009). Industrias cultural y consumo lingüístico. Revista de estudios culturales, vol. I no. 3 .

Rota, M. O. (Mayo-agosto 2006). Panorámica de la educación en comunicación audiovisual. Quaderns del CAC, no. 25.

Torrent, R. (Septiembre-diciembre 2002). La "excepción cultural" en la Organización Mundial de Comercio: la base de la política audiovisual en Cataluña. Quaderns del CAC, no. 14.

Wallner, C. y. (2006). Producciones audiovisuales en Centroamérica. Introducción. Istmo: Revista de estudios centroamericanos.

