

COMENTARIOS DESDE LA REDAU SOBRE LAS III JORNADAS DE CONTENIDOS PARA TV DIGITAL DESARROLLADAS EL 9 Y 10 DE SEPTIEMBRE DE 2015 EN EL AUDITORIO CISNEROS DE LA UAI.

Las Jornadas de Contenidos para TV Digital llegan a su tercer año con un crecimiento sostenido que marca un camino de trabajo y compromiso desde la academia por intermedio de la REDAU y con Comunicaciones Electrónicas y la FUNDTIC, vinculado a los procesos de desarrollo e implementación de la TV Digital en nuestro país y la región.



Desde la REDAU (Red Universitaria para el desarrollo del campo audiovisual en Latinoamérica), conformada por la UAI, la UNDAV de Argentina y la UTP de Pereira, Colombia, estamos convencidos e implicados en realizar aportes permanentes en un escenario que nos desafía el surgimiento de nuevas formas de comunicación, nuevos roles de los comunicadores y nuevos perfiles de consumidores.

Sostenemos que las instituciones académicas deben comprometerse en el proceso de desarrollo sustentable con inclusión social de nuestra región. Una matriz colonial de poder desde hace incontables años solo ha actuado para potenciar la inequidad y las asimetrías sociales.

Entendemos que este rol desde la academia, debe comprender una interacción cada vez más fuerte y coordinada con los diferentes actores sociales de nuestro territorio y desde esta perspectiva es que aunamos esfuerzos con Comunicaciones electrónicas y la FUNDTIC.

En esta oportunidad deseamos compartir con todos ustedes algunas consideraciones que venimos trabajando en el ámbito académico que nos convoca.

En Latinoamérica por muchos años, la televisión ha sido la principal fuente de información, entretenimiento y cultura de la mayor parte de su población.

Sin dudas podemos considerarla como uno de los fenómenos social y cultural más relevante en la historia de la comunicación. A partir de lo discursivo como instrumento de socialización, se ha convertido en el lugar de la mirada que ritualiza maneras de esclarecer el mundo y determinar la aceptación social de ciertas formas.

Es irreductible que la TV digital se desarrollará no solo en Argentina, sino en todo el continente americano en los próximos 10 años. Pero también es cierto que hoy se nos plantea a los productores de contenidos un futuro quizás un tanto incierto, que busca algunas certezas y esperanzas en un presente algo convulsionado.

Desde la REDAU sostenemos que los Medios de Comunicación como institución están comprometidos con la producción, reproducción y distribución, en un sentido amplio, de símbolos con significativas referencias entre la realidad social y la experiencia personal.

Estos medios deberían reflejar la misma diversidad que existe en una sociedad en particular, aunque no coincidan con la sociedad de control que al mismo tiempo los ampara pero los disciplina.

El escenario hoy para las productoras audiovisuales de contenidos se tropieza con varios fenómenos simultáneos. Por un lado, el momento actual se caracteriza por un consumo de productos audiovisuales inédito en su volumen.

La proliferación de pantallas demanda una enorme cantidad de material para su consumo para cada uno de los dispositivos que van apareciendo, particularmente aquellos con conexión a internet y los Smartphone.

Y además una crisis en el desarrollo de una industria que no genera puestos laborales en consonancia con la oferta de capital humano.

Asistimos a una enorme proliferación y difusión de la producción no profesional de contenidos audiovisuales, aunque solo algunos en realidad resultan exitosos.

Del mismo modo, la participación cada vez mayor de las empresas de telecomunicaciones a través de canales propios con contenido exclusivo para sus usuarios plantea competencias y desafíos novedosos para la organización tradicional de transmisión de material audiovisual.

La dificultad más relevante que parecen tener las productoras para desarrollar nuevos contenidos es la de monetizar este tipo de producciones al sentirse insertas en un panorama que no lideran.

En estos últimos un tanto convulsionados años, se han desarrollado prácticas donde se consideró la posibilidad de monetizar contenidos generados de manera directa, pero se plantearon varios interrogantes que dan cuenta de cierto desconcierto en relación al modelo de negocio por el cual se desarrollan las nuevas plataformas.

Quizás debemos incorporar el ejercicio de pensar que la producción de contenidos audiovisuales deba incorporar otros horizontes más allá del propio contenido, como por ejemplo para traccionar público, y para encontrar visibilidad en la escena mediática que permita generar otros negocios.

Nos parece que estas experiencias en grado tentativo, carecen hoy todavía de falta de referencias y modelos probados.

Hemos planteado en estas III Jornadas la posibilidad de evaluar la creación de un Instituto de Televisión a semejanza del INCAA que durante años acompaña de manera sustancial el desarrollo de las artes audiovisuales en nuestro país subsidiando la actividad.

Pero que además pueda construir un marco conceptual orgánico que supere algunas interesantes y ricas experiencias que se han dado en el país de manera aislada (LIFIA, Neo Lab, por ejemplo).

De alguna forma y en consonancia con esta propuesta, el Estado ha puesto en marcha un conjunto de iniciativas para la promoción y producción de contenidos que alimenten las diferentes pantallas actuales y por venir. Pero no alcanza, no solo es responsabilidad del estado, sino también del sector privado que representa en nuestro país, el sector más dinámico de la Tv a lo largo de su historia.

Por otro lado nos tienta pensar que la televisión generalista e industrial es un viaje al pasado, al vacío de sentido y al aburrimiento.

Habitaríamos (destaco el potencial) en la actualidad entonces, tiempos de multiplicidad de pantallas, un nuevo negocio de formatos, las lógicas de otras emociones, el estallido de las narrativas audiovisuales, la multiplicación de las estéticas, la diversidad de sensibilidades/identidades.

Y desde otra perspectiva la televisión generalista es para una parte importante de la sociedad, su único consumo cultural. Le sirve a la comunidad para relajarse, conversar, una experiencia existencialista que se expresa en el estar, no en el ser. Un entretenimiento en perspectiva del gusto popular. No significa por sus programas, sino por su ritual.

La TV Digital intenta promover un cambio de paradigma a la comunicación audiovisual en cualquiera de sus plataformas, considerada como una actividad social de interés público. Más allá de sus enormes logros en la parte técnica, lo sustantivo es que instalará nuevas prácticas sociales y culturales.

Pero es innegable que su impacto será diferente para los distintos grupos que conforman cada país, de acuerdo a las posibilidades de acceso a la tecnología. Hoy asistimos desde la academia a escuchar “iluminados” que nos hablan de las bondades de desarrollos tecnológicos globalizados que no toman en cuenta una realidad que va más allá de los centros urbanos.

Argentina, como otros países de Latinoamérica, ha desarrollado una historia tecnológica concentrada en su capital. El proyecto de TDA es el primero que viene a romper esta lógica al ser pensado de modo federal.

Creo que debemos señalar que la tendencia natural es desconfiar sobre los procesos de apropiación de capital simbólico que se supone se viene desplegando en nuestra región, en sentido opuesto a necesidades ni satisfechas ni escuchadas.

En Argentina por ejemplo, hoy la migración a la televisión digital se despliega dentro de una estructura mediática televisiva dominada principalmente por el duopolio de los canales más importantes, sumado a una alta penetración de televisión paga que alcanza aproximadamente al 65% de hogares.

Lo que implica que la experiencia de la TDT impactará mayormente en una primera etapa en el 35% restante que no acceden a la televisión paga y que merecen ser incluidos. Situación muy similar se detecta en otros países de la región.

Así en principio ese 35 % al cual nos referimos, y otro porcentaje de la comunidad que hoy es difícil calcular, encontrará en este despliegue un programa social y cultural que está en proceso de desarrollo y realización.

La tensión que conlleva la implementación de la TV Digital Terrestre en Argentina de manera contemporánea a la implementación de la Ley de SCA, se encuentra atravesado por intereses económicos de quienes poseen cierto control hegemónico junto a sus aliados en los ejes políticos y económicos.

Es sustantivo para la REDAU remarcar que una de las plataformas de la televisión digital, la terrestre (la TDT, está en proceso de consolidación en el mundo como uno de los medios más democráticos de acceso a fuentes de información y entretenimiento. Así se permite desarrollar un medio mucho más participativo, consumando una fuerte intervención en un proceso de inclusión social absolutamente necesario para vastas regiones de nuestro continente, razones que se convierten en incentivos esenciales para promover el desarrollo de las nuevas tecnologías y contenidos necesarios para su implementación.

Debemos pensar que desplegar la TV digital en lo que respecta a su plataforma terrestre se puede entender de la misma forma que cuando el Estado despliega proyectos de infraestructura como rutas, energía eléctrica, agua potable, etc., ya las comunicaciones y la información son parte sustantiva del desarrollo de la comunidad.

Consideramos que esta gestión es de carácter esencial para el desarrollo sociocultural de la población, sobre todo en los sectores rehenes de un modelo agotado y perverso, ya que manifiesta el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar, expresar ideas y opiniones sin ningún tipo de censura.

Escuchamos que cada vez menos gente mira televisión. Creemos que el desafío consiste en la búsqueda de convertir un modelo basado solamente en concentración de medios, exclusividad de contenidos, productores hegemónico y visiones unívocas del mundo, hacia otro que integre también otra culturalidad considerada como una trama plural basada en la diversidad de señales, productoras, narraciones estéticas, identidades y actores intervinientes. Identidad versus globalización debe ser un dilema a articular, integrar y resolver.

Sostenemos hoy que una de las problemáticas se presenta cuando la identidad televisiva en sus dos dimensiones, simbólica y económica, es hegemonizada por grupos que construyen un modelo de representación que se ha naturalizado en y por una producción audiovisual centralista tanto en los modos de producción como en las relaciones económicas y en los imaginarios que se ponen a circular, desconsiderando problemática, paisajes e identidades culturales acalladas no visibilizadas durante todos estos años.

Para terminar, estamos convencidos que La Universidad puede ser un nuevo actor en el escenario de la TV Digital, llevando adelante experiencias de laboratorio social al indagar no solo en nuevas formas de narración y nuevos formatos, sino para intentar dar respuesta a estas problemáticas planteadas.

Mter. Claudio Álvarez

Director REDAU

Miembro FUNDTIC

Director carrera UAI

Docente UNDAV