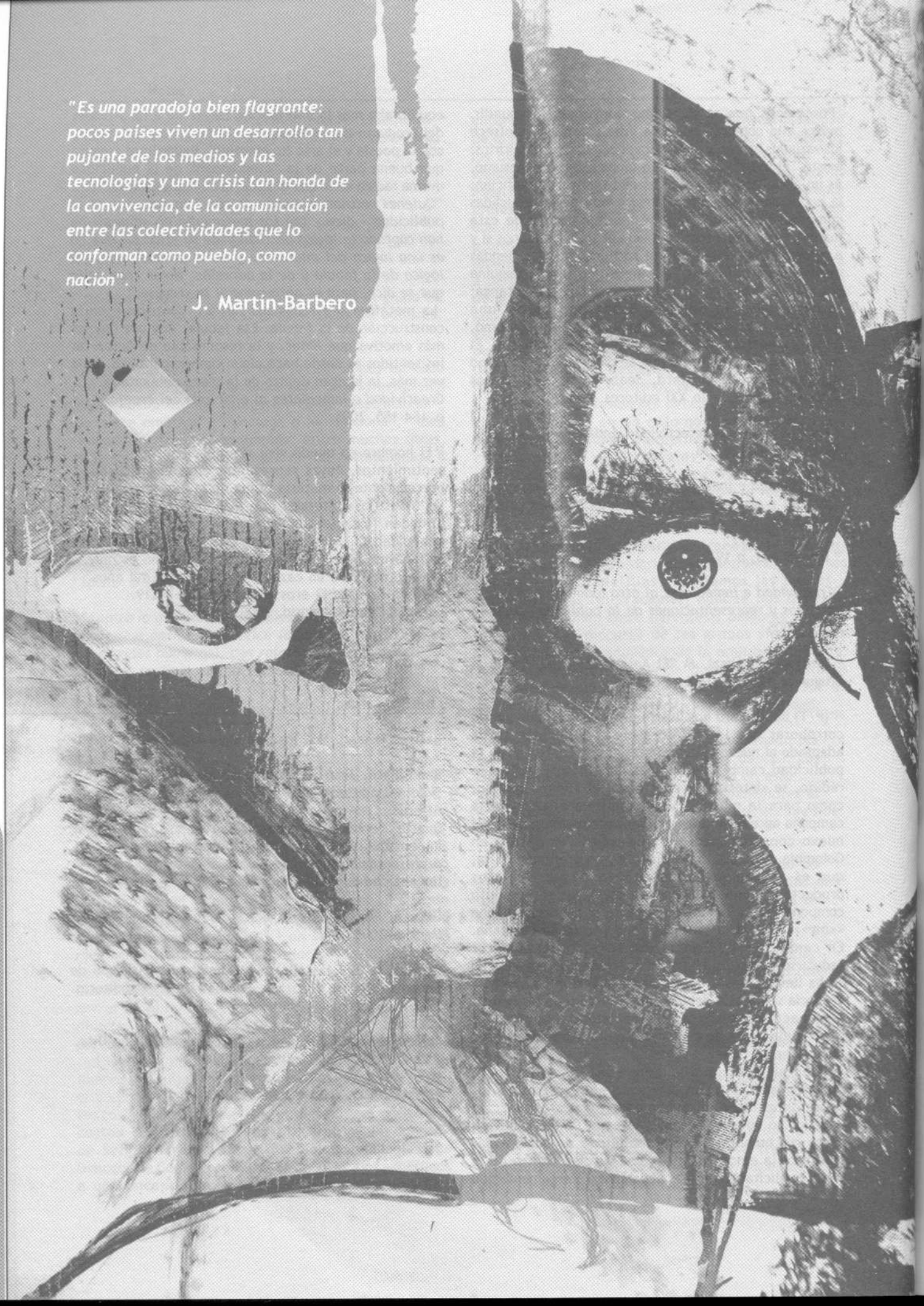


*"Es una paradoja bien flagrante:
pocos países viven un desarrollo tan
pujante de los medios y las
tecnologías y una crisis tan honda de
la convivencia, de la comunicación
entre las colectividades que lo
conforman como pueblo, como
nación".*

J. Martin-Barbero



LA POLÍTICA AUDIOVISUAL EN COLOMBIA

Por **Ramiro Arbeláez**

Profesor Titular
Escuela de Comunicación Social
Facultad de Artes Integradas
Universidad del Valle
Calí, Colombia
ramiroarbelaez@mixmail.com

RESUMEN: A partir de una definición de política cultural, el autor considera los principales aportes de la actual ley de cinematografía, de los programas, proyectos y acciones que la complementan pero también de las principales carencias y errores. Se hace referencia a la cultura cinematográfica que se ha venido construyendo en el público cinematográfico, así como a la política de exhibición, al desconocimiento y poco estudio o reflexión sobre lo que ha sido y sobre lo que es el público cinematográfico actualmente.

PALABRAS CLAVE: Legislación cinematográfica, Exhibición cinematográfica, Cultura cinematográfica, Públicos cinematográficos, Monocultivo cinematográfico, Cine hegemónico

S

e entiende por política cultural el conjunto de acciones, programas, proyectos y leyes encaminados a intervenir el desarrollo de un sector cultural. Conjunto que puede ser puesto en marcha o aplicado a través de diversos mecanismos o vehículos, de manera que una política se expresa en la práctica aunque no haya sido explícitamente formulada. Sin embargo, en cuanto que las políticas son de interés público, es sano explicitarlas, otorgándole así a los sectores involucrados y a la sociedad en general la posibilidad de criticarlas, enriquecerlas o hallar contradicciones internas, pues incluso los más experimentados técnicos o políticos pueden equivocarse y producir efectos no buscados.

La explicitación de una política para el sector audiovisual debe pasar primero por una etapa de **diagnóstico**, sin la cual no pueden formularse horizontes, metas o rumbos a seguir por parte del Estado y/o sus agentes. Este diagnóstico debe ser tanto histórico como actualizado, pues el desarrollo de un sector cultural implica procesos de larga y mediana duración. Por eso es indispensable referirse a los **antecedentes** de cualquier política que se quiera poner en práctica, cambiar o continuar, recogiendo las principales medidas y acciones puestas en marcha en el pasado mediato.

Para el caso del sector audiovisual hay que reconocer que el Estado históricamente ha visto el cine como una cuestión de entretenimiento, de diversión, más que como un asunto de cultura que participa en la formación o educación de los colombianos; allí puede estar el origen del hecho de que se haya dejado siempre en manos del mercado la decisión de lo que los colombianos hemos visto en materia de cine. En el caso de un área culturalmente tan importante como los audiovisuales, no se le puede seguir dejando sólo al mercado la decisión de lo que los colombianos consumimos.



De otro lado, cuando el Estado ha tenido políticas, éstas se han caracterizado por considerar separadamente el cine y la televisión, desperdiciando así la sinergia que puede haber en la integración de las políticas y los mercados de los dos más grandes sectores del universo audiovisual. Este ha sido el primer error que no se ha corregido hasta ahora. El segundo error consistió en que antes de la promulgación de la Ley General de Cultura en 1997 y la creación del Ministerio de Cultura, las políticas sobre el cine se caracterizaron por colocar un énfasis en la producción, mientras se olvidaron o se cubrieron deficientemente otros sectores, específicamente los de la exhibición y la distribución. Con la ley 814 de 2003 se intentó corregir ese desequilibrio, otorgando un poco más de atención a los sectores olvidados. Sin embargo, el diagnóstico que sustenta la nueva ley es -de nuevo- meramente económico (sale de un estudio de Fedesarrollo), impidiendo corregir totalmente el error, es decir volviendo a valorar más los problemas de mercado y de producción frente a los demás componentes del universo audiovisual, asunto complejo que debe ser mirado desde varias perspectivas. En este momento sigue haciendo falta un diagnóstico sociológico, antropológico, educativo y cultural del universo audiovisual para poder trazar unas políticas consecuentes con la situación actual que beneficien a toda la población y no sólo al sector (porcentualmente insignificante) que se ocupa del ciclo productivo del cine. La institucionalización del cine colombiano en la sociedad tampoco puede ni debe quedar restringida al factor económico relacionado con la producción y comercialización de películas.

Afortunadamente, las acciones, programas y proyectos puestos en marcha por la Dirección de Cinematografía desde 1998 rebasan en mucho el alcance de la ley 814 e intentan atender otros sectores del universo audiovisual que estaban descuidados (formación de públicos, promoción de cine colombiano y latinoamericano, redes de exhibición alterna, etc.) pero sobre los cuales sigue siendo necesario partir de un diagnóstico más completo y acertado. Para sólo referirnos a programas actuales como *Imaginando nuestra Imagen* y el *Cine en el cerebro social*, nos parece que por mucho que se pueda hablar de la calidad intrínseca de estos programas y de la buena recepción de parte del público que se ha beneficiado, seguimos echando de menos un análisis previo que arroje como resultado la sustentación de los objetivos de los programas. En el primer caso: ¿de dónde nació la idea de que hacía falta mano de obra audiovisual en el sector productivo de algunas provincias colombianas? Y en el caso del segundo programa: ¿dónde está la caracterización de la cultura audiovisual de los colombianos que permita afirmar que les conviene ver películas de tales características y no de otras?

LA CULTURA AUDIOVISUAL

Las políticas actuales, tanto las vehiculadas por la ley, como por los programas puestos en marcha por la Dirección de Cinematografía, aún siendo pasos significativos, siguen teniendo carencias. En este sentido, al hablar de cultura audiovisual de los colombianos se la reduce sólo a lo que hemos visto en cine, y la caracterización que se hace de ella no va más allá de decir que ha tenido origen en el *cine hollywoodense* o en la televisión comercial, excluyendo adicionalmente cualquier referencia a otras fuentes audiovisuales, como el computador, el Internet o los juegos de video. La reducción del universo audiovisual parte desde aquí, y con esto se sustenta la atención a sólo un sector sobre el que se ha decidido trabajar o privilegiar, es decir, el cine y dentro de él la producción; por eso se esgrimen como conquistas las que tienen que ver con cantidad de películas producidas y se reconocen y premian sólo los roles de la producción. Hasta ahora no hay logros que indiquen beneficios para el público desde otros ángulos, como pueden ser los índices sobre formación, cantidad de redes alternativas, número de salas abiertas o recuperadas en las provincias, cantidad de películas importadas de nuevos países o culturas, cantidad de películas independientes, número de publicaciones sobre el cine, la televisión y otros medios audiovisuales, reconocimientos a la crítica, a los cine-clubes, a las salas y espectadores aventajados, etc. La política audiovisual debería ser **integral**, cobijando todas las aristas de un fenómeno complejo, y debería tener una dirección integral. Aun pensando sólo en el crecimiento de la producción audiovisual, el Estado debería tener una política que integre el cine, la televisión y las demás ventanas, tal como opera la realidad, y tal como operan los mercados y las políticas audiovisuales en muchos países que nos llevan ventaja.

¿A qué le llamamos cultura audiovisual **propia y estable**, como reza la cita que traza el derrotero de la Dirección? En este momento de globalización es imposible poder determinar cuál es el ideal de combinatoria entre lo nacional e internacional, pero lo que sí es seguro es que para que la cultura sea sana se requiere que esté abierta al conocimiento de otras culturas, a la diversidad. Si dentro del cine esa cultura de imágenes propias ha sido tradicionalmente deficitaria en nuestro país, no se podría afirmar lo mismo de la televisión donde históricamente ha habido más permanencia e incidencia de imágenes colombianas, aún sabiendo que las imágenes nativas de la televisión son hoy una minoría dentro del mar de imágenes televisivas internacionales que llegan a nuestro espacio hertziano. De todas maneras, la cultura audiovisual que los colombianos tenemos ahora, aún a pesar del déficit de imágenes nativas, es, sobre todo, la apropiación que hacemos de imágenes foráneas o nacionales, que tiene un sello diferente a la apropiación que hacen otros ciudadanos de otras culturas y países, por eso es **propia** de nosotros. Esa apropiación debe tener la **estabilidad** que nos permita reconocernos, pero también la flexibilidad que nos permita ser abiertos y seguir evolucionando. Esto no quiere decir que no debamos luchar por producir y difundir nuestras propias imágenes, al contrario, entre más, mejor, pero sin cerrar la puerta a los aires foráneos porque son necesarios para afianzar nuestra identidad a partir de la dinámica de las culturas. Por eso es válido hablar de reserva cultural con relación a los contenidos (software) de nuestras pantallas (cine, TV, computadores, videojuegos, celulares) cuando se negocian mercados con países que tienen una gran producción de contenidos (EE.UU.). En ese sentido, en lugar de disminuir la cantidad porcentual de nuestra producción nacional en la televisión o en el cine, el objetivo debe ser incrementarla.



EL INSUMO AUDIOVISUAL

Por increíble que parezca, a pesar de las críticas, reseñas y, a veces, exceso de información que aparece en los medios sobre las películas de la cartelera comercial y sobre los programas de la televisión nacional, sigue faltando un análisis socio-antropológico del insumo audiovisual que vemos en Colombia, pero también un análisis comparativo que destaque lo que nos estamos perdiendo por cuenta de las exclusiones que producen los oligopolios en el cine y la televisión. El Estado debería propiciar en aquellos que toman decisiones sobre los audiovisuales que vemos los colombianos, más atención al cine independiente, más atención al cine latinoamericano, más atención a la producción audiovisual colombiana a partir de análisis no sólo estéticos y económicos, sino que conecten el audiovisual con la sociedad que lo consume y no sólo con la sociedad que lo produce. En aras de favorecer la diversidad y atenuar el monopolio del cine hegemónico, lo ideal sería que el Estado propiciara un mecanismo que nos mantenga al tanto de la producción mundial (festivales, mercados, etc.) y pueda ofrecer información y hacer recomendaciones a los importadores sobre películas de calidad y sobre la calidad de las películas. Es necesario, en ese sentido, vincularnos a una red de información internacional, que nos mantenga al tanto de los últimos lanzamientos.

POLÍTICAS DE EXHIBICIÓN

En el mismo sentido de lo planteado anteriormente, parece clave comenzar por un diagnóstico del sector de la exhibición, pero no sólo económico, como hasta ahora se ha hecho, sino sociológico, antropológico y cultural. ¿Cuáles son las características de la exhibición actual? ¿Y del insumo actual? ¿Qué tipo de exhibición está propiciando el mercado? ¿Qué tipo de sala? ¿Cómo podría favorecerse la exhibición? Los objetivos deberían ser mejorar en todos los sentidos la exhibición, es decir, por ejemplo, la cobertura, o sea propiciar el aumento de exhibiciones o de salas (alternas) en ciudades intermedias y pueblos (redes de exhibición); mejorar la oferta y la calidad de los audiovisuales, de la diversidad, de la representatividad cultural; en ese sentido se debe privilegiar la producción latinoamericana y colombiana, pero también el producto independiente foráneo; mejorar la calidad técnica de la exhibición; mejorar la información complementaria a las exhibiciones; propiciar la mejora en el comportamiento del público, en sus

LOS PÚBLICOS

Una de las tareas más urgentes es la del estudio de los públicos y de la recepción que hacen de los audiovisuales, lo que sería muy útil para el trazado de políticas sobre formación, para la concepción de programas pedagógicos y para labores de exhibición. ¿Cuáles son las características (virtudes y carencias) de los públicos colombianos? A primera vista no deben ser las mismas en la Costa pacífica que en Bucaramanga, en el Amazonas o en Bogotá. Son culturas y realidades diferentes y por lo tanto sus necesidades son diferentes. ¿Porqué necesita un público tener contacto con determinado cine y no con otro? Adicionalmente a esto, las necesidades del público no son sólo audiovisuales, por lo que es saludable que los audiovisuales sean sólo un instrumento que le sirva al público para mejorar su interpretación de la realidad, su competencia para intervenir el mundo. El cine y lo audiovisual no deben ser objetivos por sí mismos, sino herramientas de conocimiento, de concientización y de identidad, lo que necesariamente debe estar conectado con una política cultural integral.

costumbres, en su participación, en su respeto a los demás compañeros de sala. Propiciar la apertura a nuevas tecnologías de la exhibición no sólo como posibilidad de reducir costos sino como política para integrar a la sala oscura y colectiva otros productos y formatos nacientes y/o marginales que son representativos de opciones culturales diferentes.

La exhibición debería considerarse también desde la perspectiva del **patrimonio**, en el sentido de que la exhibición colectiva de sala oscura es una forma cultural, histórica, que no debemos perder, aún a pesar de que ella misma ha evolucionado. Ella hace parte de nuestra memoria cultural, constituye una forma de socialización que ha sido importante en nuestro imaginario colectivo, nos ha otorgado identidad como seres sociales, ha participado en la formación del ser colectivo, del ser ciudadano. El salvamento del patrimonio no sería sólo una acción sobre un bien inmueble, o sobre una película antigua, sería también sobre una forma cultural.

