

fo, la de Irak, el atentando a las torres gemelas, los cacerolazos a los bancos y la inundación de la ciudad de Santa Fe se imponen a partir de una cobertura especial. La televisión ofrece un inventario de imágenes y símbolos de fácil acceso con los cuales los televidentes van armando el mosaico de una realidad siempre fragmentaria y cambiante. De hecho y de derecho, el imaginario social se alimenta esencial y preferentemente de los contenidos, géneros y modos televisivos.

- **Socialización.** Las estadísticas son contundentes. No solo los públicos de todo nivel socioeconómico y cultural se entretienen frente a la pantalla, también se informan y no solamente vía noticiosos y programas periodísticos. En esto, la televisión es tan exitosa como democrática. El acceso es casi libre y gratuito y, ciertamente, con mayor disponibilidad e influencia en las clases de menos recursos de todo tipo. En los hechos cotidianos, aun aventaja a la radio por su notable poder de atracción y, sobre todo, de atención. La televisión selecciona temáticas con un ojo puesto en la audiencia y otro en los costos de producción. Asimismo, toma en cuenta las tendencias y las modas de mayor vigencia y, de esta manera, las va socializando.

- **Acompañamiento y Perceptividad.** Tomando en cuenta los usos que los oyentes hacen de la radio y, muy a pesar de los requerimientos de atención de la imagen, también la televisión funciona en ocasiones como mera compañía. Está allí, hay imágenes en la pantalla, hay voces en el entorno, hay una ventana abierta por si se quiere mirar por ella. El televidente no está solo, el mundo está al alcance de la vista y del oído. La perceptividad tiene que ver con el proceso de feedback, en la instancia del acuse de recibo; fenómeno que se simboliza en el rating. La televisión es el medio más sensible a la percepción de las audiencias; si un programa no alcanza un puntaje previsto, pasa a mejor vida y a los pocos días. “Tener éxito es tener la mayor audiencia posible dentro del target buscado...un éxito lo santifica todo, y su ausencia destruye todo, al menos por un tiempo”(Di Guglielmo, 2002). A ambas características hay que sumarle el fenómeno del zapping, del...que hace posible no solo el control remoto sino, también, la creciente variedad de ofertas de la programación.

Todas estas características y peculiaridades hacen del fenómeno televisivo una experiencia singular que investigadores como Goethals (1986) vinculan con el ritual. “En una sociedad sumamente compleja, la televisión ha empezado a desempeñar una de las funciones más antiguas y tradicionales de la imágenes: visualizar los mitos comunes e integrar al individuo en el todo social”. Los ritos y los íconos, que siempre estuvieron asociados con la religiosidad, ahora también se practican y se admiran en la televisión. Son los modos concretos y accesibles en que las audiencias pueden entrar en sintonía con el sistema de creencias y con el imaginario de la sociedad que, por regla general, tiende a ser conservador. Max Weber, y así lo recuerda el mismo Goethals, remarca que “hay un afán interno de comprender el mundo como cosmos para encontrarle un significado y adoptar una actitud hacia el”.

Por todo lo visto y considerado, sobran las razones para sostener la hegemonía que ostenta la televisión para reclamar la atención de las audiencias y una suculenta porción del tiempo libre. Y, de esta modo, proveer a la opinión pública de útiles que permiten acceder a una realidad cada vez más compleja y cercana a fin de alimentar y enriquecer el imaginario social

que se va conformando como un inestable e incansable puzzle. “La televisión concentra las expectativas y los temores de las tribus modernas. A ella sacrifican su tiempo; ella les da sentido a la realidad; decide lo que es y lo que no es importante. Y produce el placer de saberse y sentirse integrado en una comunidad”(Ferrés, 1994).

Produciendo un productor. El quehacer en la universidad.

Carla Egle Argañaraz

Productor

Muchas veces existe cierta mirada de distanciamiento ya que se considera que el productor sólo se encarga del carácter comercial de un film. Hoy en día la complejidad del mundo que nos rodea, el avance de las técnicas, el avance de los procesos tecnológicos, las posibles formas creativas de resolución de un film, impactan de lleno en la forma del film y en su repercusión en el mercado. Es por ello que cada vez más la figura del productor desarrolla un carácter netamente complejo y creativo donde pone en juego sus habilidades, y conocimientos; y conforma un equipo multidisciplinario que es capaz de abordar las distintas complejidades con la que se puede encontrar. Complejidades que se establecen desde la pre-producción (con la búsqueda de las historias, su mercado y financiamiento), pasando por la pre-producción (lo referente a los derechos de propiedad intelectual y conformación del equipo humano y artístico, los tiempos), en el rodaje (el diseño del camino crítico del producto por la variación de formatos acorde al mercado, las conformaciones de los factores económicos financieros referenciales, el manejo en paralelo de la difusión del producto apuntando a una campaña de distribución más definida) y por último la post producción (con la adecuación de estándares de calidad internacional, el diseño de la distribución, la organización de la presentación y venta del producto, los derechos de comercialización y explotación) Para un productor, el film es un producto que se debe a un mercado, que pertenece a una cadena de producción ya preestablecida (cine, TV, comerciales, etc.) pero para un productor el film también es una unidad comunicativa, ya que se ha involucrado con el mensaje que desarrollan los autores de la obra (ya que él es uno de ellos), es un lugar de la representación, ya que determina instancias de espacio tiempo y acciones dramáticas que cuentan una historia que el productor juzgó conveniente para un determinado público, para una determinada región, para una determinada idiosincrasia, para una determinada cultura. Más allá de los valores económicos que representa un film para un productor, también posee para estos valores documentales de investigación (histórico, psicológico, sociológico, etc.), valores teóricos ya que amplía la mirada sobre el hacer cultural, y valores didácticos ya que le permite montar y desmontar una estructura empresarial de acuerdo a la envergadura del proyecto. Permittedole establecer parámetros mensurables de calidad del trabajo, estructuración de equipos, tiempos, formas posibles de resolución productiva acorde al presupuesto y en defensa de una calidad que busca la excelencia artística. Es aquí donde la primera mirada analista del productor es fundamental y evidente. Capacidad analítica que se define por las

operaciones conscientes e inconscientes, que la figura del productor y su equipo realiza, y que consiste básicamente en descomponer todas las partes de un guión hasta lograr la sucesiva recomposición, con el fin de identificar los componentes (decorados, personajes, vestuarios, esceno-grafías, etc.), la arquitectura (la planificación y los presupuestos su sincronismo, en tiempo y en los espacios) los movimientos (el desarrollo económico y financiero, los flujos de caja), para establecer así los principios de construcción y posterior funcionamiento en el circuito de comercialización. Luego de la etapa de análisis el productor pasa a la etapa de reconocimiento en la cual selecciona y jerarquiza las mejores acciones puntuales sobre los elementos simples (mecanismos de tareas y hombres) coordinando el accionar complejo de las distintas etapas: la etapa empresarial, la etapa gerencial y por último la etapa operacional. El paso siguiente es el de la interpretación, ésta es constante y en un flujo creativo que interactúa con el director del film, pasa revista, escucha, dialoga y realiza una lectura de reconocimiento sistemático. Y por último la etapa resolutoria que es la etapa donde el productor define las políticas a seguir en función de los objetivos planteados que responden a la meta de llevar a cabo la producción y colocar el producto en plaza.

Proyecto de productor

Desde la materia producción lo que se pretende es que el alumno incorpore una forma de trabajo que le permita, reaccionar ante las posibles eventualidades de un futuro profesional. Es así que mediante un simulacro de presentación de proyectos al Instituto Nacional de Artes Audiovisuales, se ven obligados a transitar por vicisitudes con un directo contacto con la realidad ya que deben responder a pautas reales sobre trabajos realizados por ellos mismos. Esto los obliga a desarrollar el pensamiento del productor (analizar, reconocer, interpretar y resolver). En el desarrollo de la materia se promueve la búsqueda y la investigación. Ya que deben validar sus conocimientos constantemente. Muy significativa es la iniciativa de los concursos y los talleres de creación que, al prepararse a lanzar un trabajo en común con las distintas materias, hace que las diferentes ramas de este producto audiovisual: video, televisión y multimedia interactúen, como ocurre en la realidad laboral. Es importante, que se haya aprovechado la disponibilidad de las empresas del Mercado a abrir sus propios archivos a través del ciclo de charlas con profesionales, no para hacer una reseña histórica de bellos diseños y bellas formas, sino más bien para trazar un itinerario metodológico alrededor del procedimiento y de los instrumentos del proyecto. La institución incorpora a este proceso, consignando información básica para el desarrollo del futuro profesional. Diseños, bocetos y modelos no atestiguan sólo la consolidación de un gusto, sino que definen en el horizonte el sistema de referencia de la producción, el lenguaje a través del cual discutir, verificar y transmitir los contenidos del universo de la imagen y el sonido. Las transformaciones sufridas por los productos son entonces significativos documentos de la evolución del proyecto mismo, primero partiendo de lo ficcional, con modos de trabajar aún artesanales y basados en el modelo clásico del cine, para después adecuarse a las exigencias y a los tiempos, del avance tecnológico, de una producción cada vez más automatizada y mecanizada. Lo primero que se nota es la complejidad creciente de los diseños audiovisuales, donde la multiplicidad de lenguajes impera: imagen, gráfi-

ca, sonidos; documental ficcional, animación. Alrededor de estos diseños se encienden las discusiones del grupo de trabajo, del equipo de producción, de las que salen variaciones y correcciones, un proceso de Pre-producción, rodaje y post-producción pero tratándose casi siempre como copia A o master de edición de ejemplares únicos, cortometrajes, CDs interactivos, páginas, campañas publicitarias. Para obtener el objetivo no se escatimaban en trabajo de aula: perspectivas artísticas, pericia y creatividad consecuencia de un proceso de aprendizaje dirigido. Todos los problemas técnicos se afrontaban sobre el proceso de trabajo, a través de un diálogo ininterrumpido entre el creador diseñador, y el ejecutor director y el productor, que garantiza la constante verificación de los resultados obtenidos; y cada solución innovadora es así inmediata y automáticamente patrimonio colectivo y común a toda la cultura universitaria de la cual egresaran los que conforman la cultura de la empresa. La progresiva tecnologización de la producción audiovisual ha requerido muchos cambios. La computadora, aun siendo precisa, no puede acumular saber y experiencia como un buen artesano. Los proyectos de producción ya no pueden falsear las perspectivas, y los diseños técnicos se hacen cada vez más detallados. Por lo tanto no sólo cambian las técnicas con la introducción de los nuevos pinceles tecnológicos: cambia radicalmente el lenguaje del proyecto audiovisual. Es necesario prever, evaluar, medir y cuantificar cada componente de la producción, dirigiendo el proyecto hacia una estructura global. El riesgo que acompaña siempre la profundización vertiginosa proyectual requerida por la actual optimización productiva es el de perder de vista el objeto concreto, que huye así del control, perdiendo su original identidad. Pero el taller, el aula, el set y la oficina han conservado un vínculo unificador en el continuo trabajo de investigación y experimentación. Aquellas que eran a principios de siglo intuiciones de imágenes con movimiento, se han convertido en un sofisticado campo de investigación. Primero empíricamente, mediante prototipos de la cámara Lumiere y Edison, siluetas a probar, en trucos mágicos de Mellie y luego, a partir de los años '50, con modelos provenientes de los estudios y el star system; y luego la evolución de las siempre constantes vanguardias túnel del viento de la creatividad donde, con toda tranquilidad y en el mayor secreto, se pueden someter a todo tipo de prueba las combinaciones de imágenes y sonidos.

El quehacer en la universidad

Desarrollar una cultura universitaria, que busque la generación de proyectos, y nuevas formas del deshacer audiovisual es tarea ardua. Los alumnos deben mantener en todo momento sus propios niveles de rendimiento ya que el futuro realizador o productor audiovisual y multimediático tendrá que ser rápido y flexible en sus actuaciones. Tratar de integrar conceptos aprendidos en otras asignaturas, de manera que el alumno sea consciente de los conocimientos adquiridos; potenciándolos, y aplicándolos en la materia de producción y a la producción de sus trabajos es un objetivo básico. Identificar las funciones en el proceso de producción, instituciones dedicadas a los medios, economías, y mercados. Reconocer las diferentes maneras en que los medios de comunicación producen significados; códigos y convenciones y estructuras narrativas y de producción e investigar las necesidades de desarrollar productos en función de los lugares, los medios y la audiencia, forma parte de la forma-

ción que se busca establecer. Si existe un objeto que ha sabido representar perfectamente el progreso de la técnica y al mismo tiempo los mitos, los sueños, las ilusiones y las contradicciones, de la modernidad, éste es sin lugar a dudas el producto audiovisual en todos sus formatos de pantalla: cine, televisión, vídeo y multimedia. “Ningún otro producto, ni siquiera el teléfono, o la máquina de calcular, o la PC han simbolizado también la agresividad humana y la necesidad de errante aislamiento..., la mitología del heroísmo, de la competitividad, de la belleza, de la eficiencia y de la oportunidad como el producto audiovisual punta avanzada de esa ideología constante y evolutiva del progreso” (V. Gregotti, 1998). Es por ello que es tan importante que el alumno aprenda y aprehenda un proceso de desarrollo productivo que lo convertirá en productor de sus sueños que dejaran de serlo para convertirse en futuros proyectos y empresas en el desarrollo de su vida profesional.

El observador profesional.

Graciela Astorga

En mis diez años de docencia he podido observar una conducta similar en un porcentaje elevado de los alumnos que cursan las diversas carreras de cine y televisión: no ven cine y no ven televisión. Esto por supuesto, no es un absoluto, pero es una tendencia que siempre me ha impresionado. Si ven televisión, sólo ven lo que les gusta, y si van al cine, hacen lo mismo, agregando algún que otro festival o ciclo de moda. Pocos en cada promoción han visto los films de los grandes maestros que sentaron las bases del lenguaje audiovisual, o excelentes películas que se estrenaron cuando ellos tenían 10 años (ayer...) y aún no sabían que algún día elegirían estas carreras.

Cuando quienes hoy enseñamos estábamos en su lugar, nos convertíamos virtualmente en ratones de cinemateca, buscando toda oportunidad de poder ver cine, todo el cine que pudiéramos ver. Y las opciones no eran muchas... el Cine Club Núcleo, la Cinemateca, el cine Cosmos, el San Martín, el Lorca... todo esto filtrado por los ideales del gobierno de turno...

Los alumnos de la democracia tienen un mundo de imagen y sonido a su disposición y quizás esto sea parte del problema, se puede ver todo en TV, cine, video, DVD, Internet... por oportunidad y formatos no se pueden quejar. Muchos se aducen falta de tiempo o dinero para ver todo lo que quisieran, pero tienen en sus hogares un aparato con 75 canales que les ofrece múltiples oportunidades de ver una inmensa variedad de programas, series y films de todas las épocas.

Habiendo planteado el tema a lo largo de los años y con cientos de alumnos, noté que hay un tema crucial que se les escapa y es que se puede aprender tanto estudiando como viendo...

Esto me llevó a un segundo punto: muchos no tenían los recursos para aprender de lo que veían. Para solucionar esto, hace ya mucho tiempo, elaboré una lista a la manera de un menú de opciones, sobre que cosas a observar cuando se ve cine o TV, algunas conceptuales, otras técnicas, otras casi filosóficas, y muchas conectadas a sus propias emociones frente a la obra que está siendo vista.

Con esto mejoró mucho el redimiendo de los trabajos de investigación. Al incorporar las preguntas, comenzaron a

obtener respuestas, desde allí fueron capaces de elaborar una observación inteligente que es lo que funciona, lo que no, etc.

Hace más de diez años estudié Programación Neurolingüística. Allí me encontré con una realidad que desconocía por completo. Las personas captamos el mundo a través de tres sistemas de percepción: visual, auditivo y kinestésico. El sistema de uno de mis profesores eran el kinestésico y hablando con él me dí cuenta de algo muy importante: él me contó que a lo largo de los años, y con mucho entrenamiento, había logrado “hacer” imágenes con su mente, visualizar, pero no pasaban de ser manchas, formas y colores. ¡Esto me sorprendió muchísimo! Yo daba por sentado que todo el mundo podía hacer con su mente lo que yo hacía: visualizar lo que quisiera, como quisiera y realizarle a esa imagen tanto cambios como deseara, con la rapidez, nitidez, realidad y perspectiva que deseara. Creí que era condición humana, que todas las mentes funcionaban así, pero con los años y entrevistando más gente, descubrí que no todo el mundo tiene esa capacidad. Los kinestésicos construyen todo ese mundo de imágenes que yo puedo visualizar a través del cuerpo, o sea a través de sensaciones kinestésicas, tienen “imágenes corporales”. Y los auditivos, son capaces de elaborar el equivalente de una imagen en sonidos.

Mas allá de todas las conclusiones e investigaciones a las que me llevó el hecho descubrí que mis espectadores pertenecían a estos tres grupos, un aprendizaje clave ancló en mi mente: que lo que para mí es obvio, no lo es para los demás, y que el hecho que muchas personas seamos capaces de decodificar una inmensa cantidad de detalles de lo que vemos, no quiere decir que todos puedan sin entrenamiento, realizar la misma calidad de observación.

Así que comencé a trabajar a partir de este punto con menús de opciones, disparadores de observación y preguntas, que resultaron de gran utilidad para que muchos alumnos incorporen un modo de ver distinto.

Curiosamente, a pesar de mi esfuerzo y pasión, los alumnos me escuchaban con mucho respeto y me creían, pero a veces no se convencían tan fácilmente que ver era tan importante como estudiar. Esto sucedió hasta que un compañero de estudios, el director de cine Fabián Bielinsky, me contestó en una clase a la que lo había invitado, una pregunta clave. Fabián fue el director de un excelente cortometraje, tesis de su carrera, que se llamó La Espera, sobre un cuento de Borges. Fue un estupendo trabajo, que se presentó en Cannes y ganó en el festival de Huesca, España, el Danzante de Oro al mejor cortometraje argumental. Esto sucedió en el año 1983. En el año 2001, un suceso cinematográfico sacudió las taquillas y los medios: el estreno de la película Nueve Reinas, dirigida por Fabián. Yo sabía que entre el corto, y un film de un millón de espectador vendido a los grandes estudios de Hollywood, no había ningún otro escalón aparente. Al menos no alguno que dependiera de su criterio y dirección. La carrera de Fabián se había basado en la publicidad, la gran parte como asistente de dirección, y pregunta era evidente: ¿que había entre un corto al final de una cursada y una película que había triunfado en todo el mundo?

La respuesta fue muy simple: había visto y aprendido de todo lo que había visto en esos años y este conocimiento había sido vital a la hora de escribir y dirigir Nueve Reinas. Esta anécdota me ha resultado absolutamente inspiradora para conmovier a mis alumnos, y me ha llevado a elaborar trabajos prácticos basados en esta premisa: el convertirse en observa-