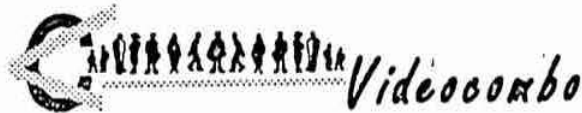


Puntadas para un Sueño

**El Movimiento de Video
en Colombia y América Latina**



Ricardo Gómez
Editor





Puntadas para un Sueño

El Movimiento de Video en Colombia y América Latina

Ricardo Gómez, Editor

Videocombo

Cra. 5 no. 33A-08

Tel. 285 8977

Fax 287 9089

Bogotá, Colombia

Noviembre de 1993

Ilustración Carátula: William Meneses

Corrección de Textos: Luz Emelda Méndez, Luis Fernando Barón

Mecanografía: Flor Alba Pastrana

Indice

| | |
|-----------------------------------------------------------------|-----|
| Introducción..... | 1 |
| Primera Parte: El Movimiento de Video en Colombia | |
| El Videocombo: Hacia un Movimiento Nacional de Video | |
| Los Sentidos del Videocombo | 5 |
| <i>José Soche</i> | |
| El Videocombo, una Historia de Simple Des-Organización | 7 |
| <i>Luis Fernando Barón</i> | |
| Diagnóstico Nacional de Recursos en Video | 11 |
| <i>Johana Camargo y Ricardo Gómez</i> | |
| Los Canales Locales en la Encrucijada | 27 |
| <i>Ricardo Gómez</i> | |
| Directorio del Movimiento de Video en Colombia..... | 35 |
| Segunda Parte: El Movimiento Latinoamericano de Video | |
| I Encuentro Latinoamericano de Video Santiago de Chile 88 | 63 |
| II Encuentro Latinoamericano de Video Cochabamba 89 | 71 |
| III Encuentro Latinoamericano de Video Montevideo 90 | 79 |
| IV Encuentro Latinoamericano de Video Qosqo 92 | 91 |
| Ponencias Centrales: | |
| Diagnóstico del Movimiento Latinoamericano de Video..... | 107 |
| <i>Enrique González-Manet</i> | |
| Panorama de las Nuevas Tecnologías de Información..... | 111 |
| <i>Laurien Alexandre</i> | |
| Globalización, Identidad y Nuevas Búsquedas | 117 |
| <i>Regina Festa</i> | |
| Directorio del Movimiento Latinoamericano de Video..... | 122 |
| Otros Actores Importantes | 132 |

Introducción

Estos textos buscan ser una contribución para el fortalecimiento del Movimiento de Video en Colombia y en América Latina.

El Movimiento de Video en Colombia es una realidad por construirse. A pesar de la multiplicidad y diversidad de prácticas de video en el país, el aislamiento, la repetición de errores y la fragmentación de experiencias son la regla general. Ha habido, sin embargo, varios intentos de crear espacios de contacto e intercambio. Entre otros destacamos los siguientes:

El Colectivo de Comunicación Audiovisual Popular y Alternativa impulsado por ACOTV reunió a varios productores en un Encuentro, y publicó un ejemplar del boletín Ojo al Parche en Diciembre de 1992.

El Ministerio de Educación Nacional convocó a un Encuentro de Video Educativo y conformó una Asociación Nacional de Video Educativo en 1992, de la que no se volvió a hablar.

El **Videocombo** se formó en 1991 con participación de quince ONGs y productores independientes, y desde entonces ha ido creciendo y consolidándose como espacio valioso para el intercambio de información y de experiencias en el país, y tomando parte en el emergente Movimiento Latinoamericano de Video.

Como una manera de consolidar el Movimiento Nacional de Video en Colombia, en la primera parte de este libro presentamos un panorama general de la situación y los actores del video en el país. Una reseña de los pasos e inspiraciones del Videocombo precede los resultados del diagnóstico nacional del video en Colombia, con información sobre 136 grupos o personas que aquí trabajan con video. Luego presentamos un breve análisis de una de las situaciones más significativas que atraviesa el país en materia audiovisual: la multiplicación de canales locales de TV, en medio de la discusión de un proyecto de ley de televisión que se debate actualmente en el Congreso de la República. Por último, presentamos un directorio nacional que contribuya al tejido de una red de cooperación audiovisual, requisito básico para la construcción de un Movimiento de Video en el país.

En la segunda parte de este libro presentamos una colección de textos relacionados con el surgimiento del Movimiento Latinoamericano de Video.

El Festival Internacional de Cine de La Habana de 1987 introdujo por primera vez en su programación una sección especialmente dedicada al Video. La

proliferación de producciones y experiencias en este nuevo medio venían reclamando este espacio hacía ya tiempo, y con esta introducción se abrió una nueva etapa para el video latinoamericano.

Los videastas que se reunieron entonces concluyeron que era urgente celebrar un encuentro regional para encender la mecha de un movimiento latinoamericano, y se dieron cita en Santiago de Chile el año siguiente. Allí nació lo que hoy ha tomado la forma heterogénea y diversa de Movimiento Latinoamericano de Video.

Hay hoy por lo menos una docena de Asociaciones u Organizaciones Nacionales de Video en proceso de conformación o consolidación en la región, en general celebrando encuentros, organizando talleres de capacitación, publicando boletines, realizando muestras y festivales... Los movimientos nacionales están vivos, con sus logros y sus penas, y ayudan a dar vida a un movimiento latinoamericano a través del cual el video respire en la región.

El IV Encuentro definió La Habana como sede del próximo Encuentro Latinoamericano: La Habana verá entonces lo que ha sido de su hijo pródigo desde 1987, cuando se dio inicio al tejido del video como movimiento regional. Por lo pronto, y a manera de introducción, recogemos aquí los documentos que han resultado de cada uno de los cuatro Encuentros Latinoamericanos de Video que han tenido lugar hasta ahora: Santiago 88, Cochabamba 89, Montevideo 90, y Qosqo 92. Del más reciente recogemos también las ponencias centrales, textos que por diversas dificultades no fueron publicados tras el Encuentro. Al final incluimos también un directorio de las Asociaciones Nacionales y otros actores importantes en la gestación de este proyecto; el carácter no-institucional del Movimiento hace que éste no tenga una junta directiva ni una sede permanente, por lo que hace las veces el comité organizador del Encuentro de turno.

Así pues, esta colección de textos se anuncia de gran utilidad para dar cuerpo y forma al Movimiento Latinoamericano de Video. Es la única justificación para la repetición que a veces se percibe en su lectura.

La realización de esta obra ha sido posible gracias al apoyo de Cinep, el Videocombo y la Fundación para el Progreso del Hombre. A ellos, y a todas las personas que han colaborado en la recolección de información, mecanografía y revisión de textos extendemos nuestro agradecimiento.

Con estas hebras se han tejido las primeras puntadas de un sueño; un sueño del que todos somos hoy protagonistas.

Ricardo Gómez
Noviembre de 1993



Primera Parte: El Movimiento de Video en Colombia

El Videocombo: Hacia un Movimiento Nacional de Video

Los Sentidos del Videocombo

José Soche

Hace mas de 2 años empezamos a inventar un espacio alrededor del video para que los "sentidos" se despertaran; allí construimos un taller para crear e intercambiar conocimientos, información, sueños y formas de pensar.

Gusto

Además del encanto por los helados y chocolates, saboreamos los triunfos y derrotas propias de este intento loco por conformar un Movimiento Nacional de Video. En ocasiones degustamos platos salados pues los recursos no alcanzan para todos los sueños; sin embargo, los terceros miércoles de cada mes tenemos platos dulces al encontrarnos para ver un video y compartir las últimas noticias del "movimiento" del video en Colombia y América Latina.

Olfato

El perfume que usamos ha servido para seducir y consolidar un grupo muy diverso de personas y organizaciones que trabajan con video en todas las regiones del país.

Oído

Registrando muy bien los sonidos que llegan de todas partes de Colombia y Latinoamérica, somos como parabólicas que reciben los mensajes, los decodifican y difunden a través de una red tejida con lazos de trabajo y amistad.

Tacto

Con el crecimiento nuestra piel cambia; sin embargo, el estímulo inicial de informalidad en el "combo", ha orientado nuestro proceso hasta avanzar hacia la confección de un "traje" legal que nos permita entrar a los festines elegantes.

Vista

Unos ojos muy abiertos están al tanto de los procesos del video en el país; con una mirada aguda acompañamos las "jugadas" y "movimientos" de lo audiovisual, para expresar nuestros puntos de vista sobre los temas que tienen que ver con nuestro cuento... por eso tiene "sentidos" el VIDEOCOMBO.

El Videocombo, una Historia de Simple Des-Organización

Luis Fernando Barón

COMBO: Asiento sobre el cual se colocan los toneles y las cubas.

Martillo de Minero, almádana.

Grupo musical, orquesta.

En Colombia, en jerga de la calle, grupo de amigos reunidos alrededor de actividades o intereses comunes que lúdicamente alivian y hacen crecer el espíritu.

...no ha sido una novela rosa...

Esto que se ha gestado en Colombia, aquello que algunos llegaron a describir como una cosa anárquica, y que aún creo, la mayoría de sus integrantes no alcanzamos a descifrar ni a comprender, parece ser una extraña unión de romanticismos, energías, pragmatismos, estrategias e idealismos, que han resultado en una historia interesante y rescatable de búsqueda colectiva por construir un espacio de encuentro entre y para los trabajadores del video en el país.

El intento que voy a realizar es una aproximación muy inexacta de esta historia semi-oculta del Videocombo, de los que han sido y han hecho su proceso, de las mezclas desproporcionadas de pasiones y razones; la historia de un mapa que ha sido trazado durante el mismo recorrido con el sudor y la inspiración de quienes han puesto algo de su ser, una ruta que ha recogido los aciertos y errores de otros... una ruta construida con aciertos y errores...una ruta que no deja de tener desaciertos y contradicciones.

Había una vez...

En junio de 1991 en Bogotá, un grupo de personajes inquietos, trabajadores de diferentes prácticas con video, se reunieron para compartir algunas inquietudes alrededor de las actividades que desarrollaban; después de conocer algo más de sus trabajos y de los rollos que los orientaban, casi en estado de transe, lograron identificar problemas comunes que estaban directamente relacionados con las ausencias de mecanismos de intercambio y comunicación, y con el desconocimiento de las experiencias con video en el país.

Esta fue la "primera piedra" de la que podría ser hoy la choza del Videocombo. A raíz de aquellas inquietudes, arranca un trabajo en grupo por conformar un espacio amplio e informal -sin jerarquías, ni exclusiones- desde el cual elaborar

propuestas conjuntas, que se ajustaran a los intereses, necesidades y tiempos de sus participantes.

Desde ahí, los terceros miércoles de cada mes se convierten en un referente para varios grupos y personas que trabajan con video para encontrarse en un espacio abierto a conversar sobre temas de interés alrededor de sus prácticas, conocer un poco más los trabajos y actividades que adelantan, compartir experiencias e intercambiar información.

El Norte

Aprendiendo de las experiencias de grupos, asociaciones y movimientos de video en América Latina, el Videocombo nace y se mantiene con una vocación informal, sin cargos burocráticos ni jerárquicos, buscando propiciar un espacio de participación en el cual la representatividad se construye alrededor de los trabajos, actividades y reflexiones que realiza. Los avances y retrocesos hacia estructuras organizativas están determinados por el mismo crecimiento grupal y por las necesidades que su recorrido genera o alimenta.

Nuestra motivación y apuesta permanente es construir mejores relaciones comunicativas que conduzcan, a través del intercambio de ideas, experiencias, sueños y reflexiones, a propiciar una comunicación democrática que alimente las expresiones de la diversidad y heterogeneidad propias de nuestros pueblos.

Los protagonistas... una colcha que cobija mucha gente.

El mantener una propuesta informal y permanentemente abierta, habilita el paso de muchas personas y grupos por el Videocombo, pero su paso no es en vano, pues todo este tropel deja y lleva aportes y nuevas preguntas que mantienen la dinámica de búsqueda en varias regiones del país. Esta característica bastante nómada y oscilante, mantiene en constante cambio y oxigenación nuestra práctica; el ir y venir de personas e historias, de pensamientos y posiciones, nos ha permitido tejer una red multicolor y multidimensional que involucra y cubre más expresiones, muy diversas, de todos los rincones de Colombia.

A pesar del "movimiento" de los participantes en el Videocombo, hemos logrado mantener equipos de trabajo que, asumiendo la movilidad, responden con seriedad y eficiencia a los compromisos adquiridos por el grupo. Para dar una idea de este "zoológico" que ha pasado por el combo podría mencionar: comunicadores sociales; periodistas; videastas -experimentados y amateur-; maestros; investigadores; distribuidores; estudiantes; cineastas... provenientes de universidades, ONGs, instituciones estatales, canales locales, productoras independientes... etc., sin embargo, el grupo "base" ha estado constituido por gente muy joven, la mayoría de ellos recién egresados y sin mucha experiencia, pero con muchos deseos de aprender con una mirada abierta y con todo el dinamismo propio de su situación.

¿Y cómo ha funcionado esta locura?

Como una propuesta "capitalina" y centralista nace el Videocombo convocando inicialmente sólo a los trabajadores del video de Bogotá; sin embargo, a raíz de su dinámica y trabajo, lentamente ha ido incorporando más grupos y personas de todas las regiones del país. Así como el funcionamiento interno y la vocación del combo, también los proyectos locales y regionales han sido producto de reflexiones e inquietudes autónomas que desde los contextos propios han incorporado algunas de nuestras motivaciones y recuperado la experiencia acumuladas en nuestro corto recorrido.

El Videocombo que nació como un espacio para encontrarse, ver un video y conversar sobre las posibilidades de trabajar conjuntamente, muy rápido logró identificar -o más bien reconocer- algunos de los cuellos de botella del trabajo con video que motivaron sus iniciativas. Las actividades desarrolladas han apuntado a resolver problemas en 4 frentes de trabajo -Información, Capacitación, Producción y Distribución-, ligados directamente con las mayores inquietudes de quienes han participado de su proceso.

El mantener una permanente inquietud por recuperar y tener presentes las experiencias de otros -para aprender de sus aciertos y errores-, ha llevado al Videocombo a nutrirse y participar de búsquedas colectivas de carácter nacional, regional e internacional. En esta perspectiva tengo que aclarar que muchos de los espacios conquistados y las tareas elaboradas no obedecen a miradas iluministas y prestidigitadoras de sus miembros; más bien corresponden a búsquedas grupales que desde otras esferas y realidades muy diversas se están produciendo. Cabe anotar que muchos de estos procesos están relacionados con las experiencias acumuladas por el Movimiento Latinoamericano de Video; la Videored, impulsada por IPAL; los grupos de reflexión y análisis nacidos por el proyecto de la nueva legislación de TV en Colombia; y por cada uno de los integrantes del Videocombo que desde sus perspectivas enriquecen el camino.

Si hasta aquí, después de tumbar monte y proponer perspectivas de trabajo, mencionáramos algunos de los logros y dificultades del Videocombo, anotaré que a pesar de haber sido un parto difícil, que aún está comenzando, hay actividades importantes para resaltar, entre las cuales están:

el aporte en el campo de la capacitación básica, intermedia y avanzada, con más de siete talleres realizados en dos años, que responden a necesidades manifiestas de muchos grupos y personas de todo el país;

el Boletín, que a pesar de haber nacido como una especie de acta, resumen e invitación, ha consolidado y mantenido un espacio importante de intercambio de información, actualización y algo de reflexión para los interesados en trabajo con video, y además ha funcionado como lugar de encuentro con otros grupos y personas de toda Latinoamérica;

y por último uno de los mejores goles que se anota el Videocombo, y que está acuñado en este texto como resultado de un arduo trabajo "detectivesco", es la elaboración del Diagnóstico Nacional de Video, que nació de un enigma muy grande para todos los trabajadores del video en Colombia: el conocer quiénes trabajan, con qué, en dónde y cómo lo hacen.

Videocombo hoy, mañana y...

A pesar de todas las flores, considero que aún son grandes los retos y pocas las seguridades que nos acompañan. El combo que ya tiene más de 50 afiliados en todo el país y 4 videocombos regionales en proyecto, está en un momento muy importante en el cual puede darse una detonación muy estruendosa, o se le puede mojar la mecha; el combo atraviesa una etapa decisiva en la cual debe afrontar nuevos interrogantes que tienen que ver con la búsqueda de una mayor autonomía, la cohesión e integración de nuevas prácticas, y la consecución de recursos para su funcionamiento.

En este momento, en el cual el Videocombo avanza hacia la obtención de Personería Jurídica que lo habilite legalmente como mayor de edad para desarrollar otra cantidad de sueños que están en *stand-by*, son nuevas las preguntas que nacen como resultado de su crecimiento. Una de las más importantes es la de afrontar una estructura orgánica para trabajar, que no camine en contravía de las premisas iniciales, que son las que han mantenido este espacio original y espontáneo, y que a pesar del paso del tiempo, hay que mantener; mejor dicho, encontrar una fórmula de trabajo en la que se conserve la mentalidad y el comportamiento como "Combo".

Muchas cosas quedan por fuera, en el rápido salpicón panorámico sobre este esfuerzo -muy alentador y lúdico- que seguimos construyendo. Muchas historias de muchas personas que han sido importantes en el proceso quedan sin contar, muchas anécdotas quedan sin publicar. Sin embargo, aún hay tiempo, para subirse al bus o para crear otros buses, y para buscar nuevas formas de participar en este bosquejo que dibujamos, inspirados en la inquietud permanente por llenar nuevas páginas que le aporten o le den luces a todos los combos de Colombia y Latinoamérica que mantienen la ilusión de crear nuevos discursos, nuevas expresiones... y nuevas formas de comunicación.

Diagnóstico Nacional de Recursos en Video

Johana Camargo y Ricardo Gómez
Videocombo

Durante 1992 y 1993 el Videocombo impulsó la realización de un Diagnóstico Nacional de Recursos en Video con el fin de establecer con mayor claridad quiénes son y qué hacen los grupos y personas que trabajan con video en el país. Los datos que aquí presentamos son el resultado de un largo recorrido de envíos, llamadas, correcciones y actualizaciones que nos dan una visión parcial pero significativa del panorama del video en Colombia.

La muestra reúne 136 personas, grupos o instituciones de todas las regiones del país, y nos permite conocer algunas tendencias en las prácticas que ellas desarrollan. Pero más que nada, la muestra nos permite entrever el potencial espléndido de compañeras y compañeros con quienes trabajar y avanzar en esta aventura colectiva que es la construcción de un Movimiento Nacional de Video.

Además, creemos que el resultado de este diagnóstico, sumado al resultado de otros diagnósticos nacionales que se adelantan en la región, constituye una base sólida a partir de la cual tejer una red de cooperación audiovisual latinoamericana.

Al final de esta sección se encuentra el Directorio Nacional de Video, con los datos más actualizados que nos es posible en este momento.

Obviamente, los datos recogidos son incompletos; esto no se debe a la mala voluntad sino a las limitaciones del oficio. Lo mejor es enemigo de lo bueno, nos dijimos, y decidimos terminar la recolección de información nuevamente, por tercera vez. Así que invitamos a todos los demás grupos interesados en participar en esta construcción colectiva a manifestarse, hacerse sentir, no sólo para completar la información faltante sino para compartir las tareas y retos que se anuncian en el futuro.

Al cierre de esta edición se encuentra en montaje un sistema de intercambio de información entre los miembros y amigos del Videocombo a través de la red Diálogos y Documentos para el Progreso de la Humanidad (DPH), red auspiciada por la Fundación para el Progreso de la Humanidad en París. Esta red está basada en la producción y circulación de fichas documentales con informaciones cualitativas, seleccionadas, subjetivas, y útiles para la acción, las cuales son

escritas "como quien escribe una carta a un amigo desconocido", en formato ISIS, para circulación gratuita en el planeta entero. Creemos que con el montaje de una red de información de este tipo se avanzará cualitativamente en la recolección de información que aquí comenzamos, de manera que en el futuro sepamos no sólo cuántos somos sino qué hemos aprendido...

A continuación exponemos los resultados iniciales del Diagnóstico Nacional de Recursos en Video. En el mar de cifras, una lectura diagonal basta para hacerse una idea del contexto; quienes están realmente interesados encontrarán gran provecho en detenerse a pensar sobre lo que éstas implican. Para facilitar la lectura diagonal, a cada gráfica sigue un pequeño comentario explicativo.

Los Actores

Cuadro 1: Tipo de Institución



La identificación de los "otros" corresponde a Canales Comunitarios (8), Instituciones Estatales (9), Organizaciones Populares (2), Colegios (2) y Varios (7).

De los 135 en la muestra, un 79% (107) producen video, aunque solo 36 de ellos (34%) como actividad principal. De todos modos, el 65% produce videos solamente sobre algún tema particular, según la relación siguiente:

Serie 1: Tema Particular de Producción de Video

| | |
|-----------------------------|-----------------------|
| Imágenes Producciones Ltda. | Agropecuario |
| Amalaka | Ambiental y Ecológico |
| Fundación Cine Documental | Antropológico |

| | |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Pablo Hernando Parra | Arte |
| Federación Nacional de Cafeteros de Colombia | Café, agro |
| Producciones París y Benavides Ltda. | Capacitación para Empresas y Video Infantil. |
| Centro Cultural Ignacio de Loyola -CECIL- | Catequesis, Social. |
| Centro de Psicología Gerontológica | Ciclo Vital y Envejecimiento |
| Centro Prod. Audiovisual U. Pontificia Bolivariana | Cine, Televisión, Espectáculo |
| Fundación Social Programa Integral Comunitario | Comunidad |
| Tecnología y Comunicaciones | Cultura |
| TEVE ISTMINA | Cultura |
| Corp. Antenas Parabólicas José Félix Restrepo | Cultural, científico y técnico |
| Grupo Taller Cine | Cultural-histórico |
| Carhfoz- Comunicando | Cultural-Religioso- Social |
| ABC Producciones | Deportes |
| PRO T. V. Regional | Documental y Didáctico |
| César Augusto Televisión | Documentales |
| Unidad Coordinadora de Prevención Integral | Documento |
| El Corazón del Video | Dramas, Documentales, Infantiles |
| Antena Parabólica Los Angeles, Boston, La Ladera | Drogadicción, Alcoholismo |
| Producciones Tele-Printer | Ecológico Social |
| Centro de Producción de Material Audiovisual del Politécnico | Educativo |
| Colegio Hebreo | Educativo |
| Fundación Carvajal Programa Educativo | Educativo |
| Rafael Salamanca | Educativo |
| Sección de Ayudas Educativas U. de los Llanos | Educativo |
| SENA Gestión de Recursos Didácticos | Educativo |
| Universidad Abierta U. Javeriana | Educativo |
| Centro de Medios Audiovisuales U. Javeriana | Educativo Científico |
| Ber Videocomputarizado | Educativo- Científico-Sistemas |
| Fe y Alegría de Colombia | Educativo, Violencia y cómo afecta en la Juventud |
| ETNOS T.V. | Etnografía- Ecología |
| Ojo Mágico Audiovisuales | Etnografía, social, ambiental, junto al trabajo fotográfico |
| Noticiero ATV | Funciones sociales y de obras |
| Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano | Historia del Cine y Televisión en Colombia |
| ENVISION Envidado Televisión | Histórico |
| Visión Mundial Internacional | Inducción al personal de la entidad |
| MC Producciones | Infantiles |
| Alcaldía Municipal Guadalajara de Buga | Institucional |
| Candelaria T.V. | |

| | |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| Triple A Comunicaciones | Institucional |
| Corp. Comunitaria para la Unificación Social | Institucional |
| VHF Producciones | Marginalidad |
| ENDA América Latina | Médico, Científico y Social |
| Centro de Apoyo a la Mujer y al Infante CAMI | Medio Ambiente |
| Fundación Cine Mujer | Mujer |
| Adriana Angel | Mujer y Cultura |
| Sara Bright | Mujer y Desarrollo y Salud Reproductiva, Ecológicos |
| Tierra a la Orden | Naturaleza, Problemas Urbanos, Humanos, Pedagogía y Arte puro. |
| Canal Local Unidad Residencial Altamira | Niñez, Ecológico y Ancianos |
| Instituto de Cultura y Bellas Artes | Niños |
| Fundación Cine Cultura | Niños y jóvenes |
| Gabriel Guevara Peña | No - Violencia |
| T.V. CASA Canal Comunitario Barrio López de Mesa | Noticieros y programas comunales |
| CIDESCO | Participación |
| Margarita Cepeda Producciones | Periodístico |
| Diro César González Tejada | Problemática Social |
| Asoc. para la Educación de los Trabajadores | Relaciones Industriales, Impactos Socio laborales de los cambios tecnológicos. |
| Alberto Bejarano | Rumba en Cali |
| Facultad de Medicina UniAntioquia | Salud |
| Proyecto NORSALUD-GTZ | Salud |
| Sol de Tres Comunicaciones | Salud, Educación y Ecología |
| Fiel Imagen T.V. | Social |
| Academia Arco | Talleres didácticos de producción de televisión, también en audio. |
| Instituto de Cultura y Turismo del Meta | Turismo |

Las personas o grupos de la muestra que producen video, lo hacen desde hace cinco años en promedio. En total han producido 7681 videos, para un promedio de 82 videos por centro; del total, 1390 fueron producidos en 1992, y se prevé una producción total de 1424 videos para 1993, lo cual arroja un promedio anual de producción de 17 videos por centro.

La Base Técnica

El 65% de los centros en la muestra poseen equipos de producción, en los siguientes formatos:

Cuadro 2: Formatos de Producción (1)

| | Cámara | Ed. manual | Ed. electronica | Copiado |
|------------|--------|------------|-----------------|---------|
| Beta | 18 | 18 | 8 | 48 |
| V8 | 15 | 10 | 2 | 11 |
| Hi8 | 21 | 5 | 5 | 16 |
| VHS | 31 | 20 | 8 | 46 |
| S-VHS | 24 | 13 | 15 | 20 |
| 3/4" | 22 | 4 | 17 | 20 |
| 3/4" SP | 5 | 1 | 5 | 5 |
| Betacam | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Betacam SP | 1 | 0 | 1 | 1 |

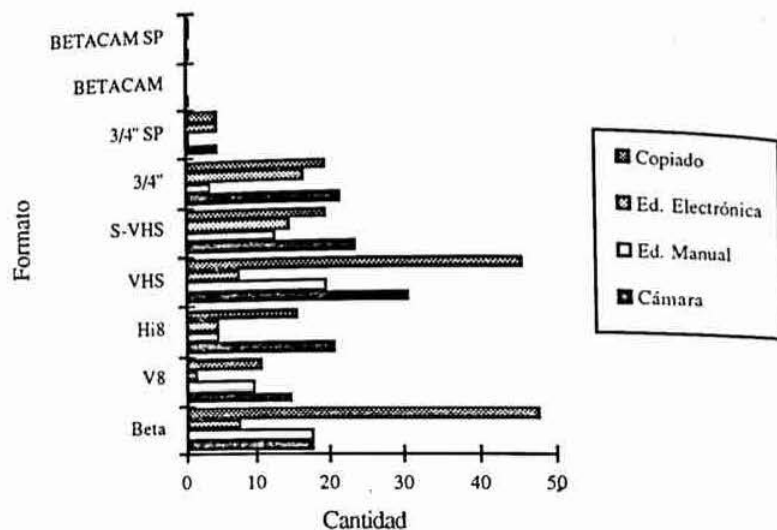
Para facilitar una visión comparativa de los diferentes formatos en uso, presentamos los mismos datos en dos agrupaciones diferentes. La primera representa el cuadro anterior de manera visual. Salta a la vista el alto número de equipos de copiado en Beta y VHS, y la mayoría de cámaras VHS; a su vez, la casi inexistencia de equipos Betacam en manos de los productores independientes o alternativos.

La segunda gráfica agrupa los equipos en tres categorías: básicos (Beta, V8, VHS), intermedios (S-VHS, Hi8) y avanzados (3/4" y Betacam, con o sin SP). No hemos retenido las categorías "doméstico", "industrial" y "broadcast" por encontrar que muchos de los equipos llamados profesionales son en realidad industriales, y muchos de los llamados industriales son en realidad domésticos, de acuerdo con los fabricantes. Sin embargo la clasificación propuesta nos es más útil por acercarse más a los criterios en uso de manera predominante.

En la muestra, predomina el uso de cámaras y de equipos de edición manual de tipo básico, mientras que los pocos equipos de edición electrónica son principalmente de formato intermedio o avanzado.

En el copiado es evidente que la mayor parte de los equipos están destinados a proveer copias de consumo, en formato Beta o VHS.

Cuadro 3: Formatos comparados de Producción (2)

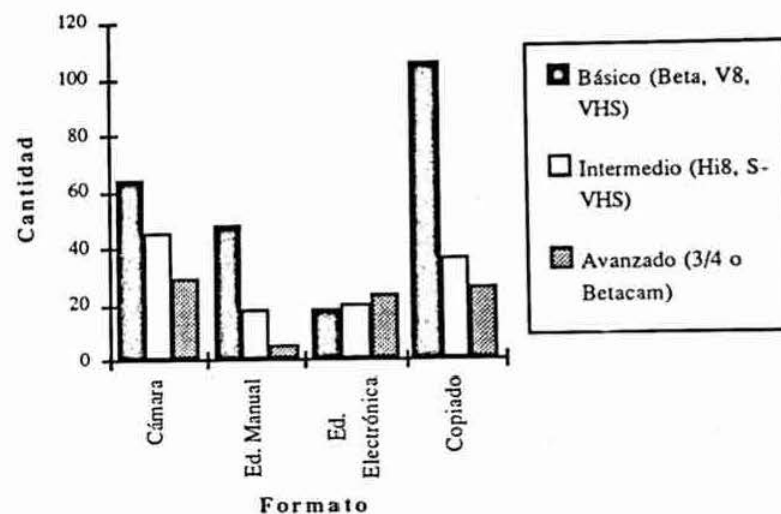


En cámaras el formato VHS (standard o Super) es el más común, seguido por el V8 (standard o alta banda).

Equipos de edición manual son frecuentes en VHS y en Beta, pero para edición electrónica lo son más en S-VHS y en 3/4".

Aunque Colombia sigue siendo uno de los raros islotes donde sobrevive el formato Betamax de manera mayoritaria para el consumo, es evidente que el VHS le va dando alcance, como se evidencia en la disponibilidad de equipos para copiado en ambos formatos.

Cuadro 4: Formatos Comparados de Producción (3)



En cuanto a otros equipos de producción, es dominante el generador de caracteres, seguido de un Amiga u otras unidades de efectos especiales. En algunos casos se cuenta con estudios de grabación (4), transmisores (4), videoproyectores (3), cámaras de cine 16mm (1) o cámara de video PAL (1 Hi8).

La Distribución de Video

Más de la mitad de los centros en la muestra realizan alguna forma de distribución de video: 76 en total. De ellos, 73 tienen una videoteca montada, y en 40 de ellas se afirma tener un catálogo con la colección disponible. Sumando en las diferentes videotecas, hay 14.212 títulos disponibles, con un promedio de 212 en cada videoteca. Las videotecas atienden un total de 34.415 usuarios personales o institucionales, internos o externos (1.323 en promedio por cada una), y tienen un volumen de circulación de 2.463 videos al mes, lo cual quiere decir que casi 100 videos se mueven al mes en cada videoteca en promedio.

El 54% de los centros que distribuyen video tienen una videosala, lo cual nos da 41 salas de video en el país, con capacidades y frecuencias de programación diversas. El público principal de estas videosalas está compuesto por estudiantes, como lo revela el siguiente listado:

Serie 2: Público en Videosalas

| | |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Pablo Hernando Parra | Artistas |
| Servicio Colombiano de Comunicación | Comunidad |
| Fundación Teatral Kerigma FUINTEK | Comunidad y Estudiantes |
| SENA Gestión de Recursos Didácticos | Estudiantes y Docentes |
| UAO, Programa de Comunicación Social | Estudiantes y Profesores |
| Carrera de Cine y Televisión U. Nacional | Estudiantes |
| Colegio Hebreo | Estudiantes |
| Experimental en Video Colectivo | Estudiantes |
| FEDI U. Industrial de Santander | Estudiantes |
| Fundación Patrimonio Filmico Colombiano | Estudiantes |
| Sección de Ayudas Educativas U. de los Llanos | Estudiantes |
| TELEUIS Univerdad Industrial de Santander | Estudiantes |
| Universidad de Manizales | Estudiantes |
| Universidad Surcolombiana | Estudiantes |
| Fundación Carvajal Programa Educativo | Estudiantes Básica Primaria |
| Cine Club - Decanatura de Cultura - U. del Valle. | Estudiantes, Profesores, Empleados de la Universidad. |
| COMFAMILIAR Risaralda | Estudiantes Universitarios |
| UNIMAR T.V. Universidad Mariana | Estudiantes y Docentes |
| Facultad de Medicina UniAntioquia | Estudiantes y Profesores |
| Centro Prod. Audiovisual U. Pontificia Bolivariana | Estudiantes-Docente-Externo |
| ASACOM | General |
| Cine Club La Calle | General |
| Fundación Cine Cultura | General |
| Proyecto NORSALUD-GTZ | General |
| Ojo Sin Párpado INEM Kennedy | Juvenil |
| Instituto de Cultura y Turismo del Meta | Niños y adultos |
| Centro de Comunicación Educativa Audiovisual CEDAL | Organizaciones Populares Educadores |
| Maya Televisión | Particulares |
| Imágenes Producciones Ltda. | Profesional |
| Centro Cultural Ignacio de Loyola -CECIL- | Religiosas, Docentes, Párrocos |

| | |
|---------------------------------------------|---------------|
| Centro de Medios Audiovisuales U. Javeriana | Universidad |
| Cine Club Universidad del Tolima | Universitario |
| ETNOS T.V. | Variado |

Otra modalidad de difusión de video es a través de circuitos cerrados de TV, casi en su totalidad instalados por universidades del país. Los nueve circuitos cerrados de la muestra tienen en total 105 puntos de exhibición, y programan en promedio 23 horas semanales para un público principalmente estudiantil y docente, de acuerdo con el listado siguiente:

Serie 3: Público en Circuitos Cerrados de TV

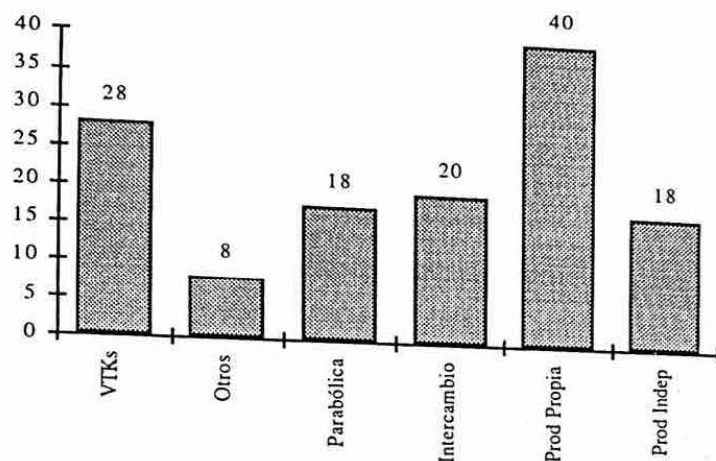
| | |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Universidad Surcolombiana | Académico |
| TELEUIS Univerdad Industrial de Santander | Estudiantes |
| Universidad de Manizales | Estudiantes |
| Centro de Producción de Material Audiovisual del Politécnico | Estudiantes y Profesores |
| Facultad de Medicina UniAntioquia | Estudiantes y Profesores |
| Centro Prod. Audiovisual U. Pontificia Bolivariana | Estudiantil-Docente-Externo |
| Centro de Medios Audiovisuales U. Javeriana | Universidad |
| Museo de Antioquia | Variado |

Por último, 21 canales locales de TV hacen parte de la muestra recogida, componiendo el 27% de los centros que distribuyenn o difunden video. Estos canales locales llegan a una población de 162.950 usuarios en total, para un promedio de casi 11.000 cada uno, transmitiendo 74 horas semanales de programación en promedio, para un total de 1182 horas semanales.

La cobertura de los diferentes canales locales varía desde un conjunto residencial o un barrio hasta una cabecera municipal o el área metropolitana de una ciudad como Medellín.

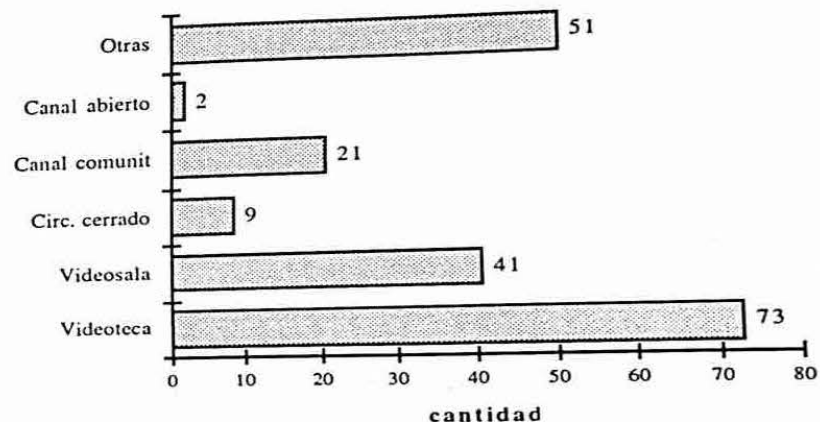
Las diferentes modalidades de distribución descritas se alimentan de diversas fuentes para la obtención del material que ofrecen. El cuadro siguiente describe la frecuencia con que son utilizadas las diferentes fuentes, aunque no refleja en qué proporción es utilizada cada una. Esto explica el alto volumen de uso de la producción propia, y el aparente bajo volumen de uso de la señal del satélite, ya que las cifras no indican la cantidad de programación que se obtiene de una o de otra.

Cuadro 5: Fuentes de Material para Distribución



En balance, los diferentes mecanismos de distribución de video en uso en el país se comparan en el siguiente cuadro:

Cuadro 6: Mecanismos de Distribución y Difusión de Video



Resulta sorprendente ver la cantidad de otras formas de distribución o difusión del video en el país, como se evidencia en el listado siguiente:

Serie 4: Otras Formas de Distribución

| | |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Academia Arco | Producción de Videos en talleres de formación y capacitación. |
| Area Cultural Banco de la República | A través del préstamo interbibliotecario con otros centros de la ciudad (Sena, Universidad de Cundinamarca) |
| Asoc. para la Educación de los Trabajadores | Proyectos de Investigación - Acción- Videoforos. |
| Ber Videocomputarizado | Tienen un catálogo con lo que han producido, participación en ferias. |
| Canal Alterno Comunicaciones | Circulación en comunidades indígenas y negras (Red de Circulación) |
| Carhfoz- Comunicando | Mercadeo Publicitario |
| Carrera de Cine y Televisión U. Nacional | Existe un proyecto de exhibición de trabajos propios. |
| Centro de Comunicaciones SENA Regional Cauca | Como recurso didáctico es usado por instructores del SENA, por especializados en el centro y áreas rurales. |
| Centro de Producción de Material Audiovisual del Politécnico | Intercambio con otros centros y profesores, proyecto de compra de antena parabólica para incrementar producción y presentar programación cultural a toda la Universidad. |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Centro Popular para América Latina de Comunicación CEPALC | Asesoría a los grupos de base de los cuales tres han tenido canal comunitario. Asesoramos a organizaciones populares en el uso crítico y creativo del video. |
| Centro Prod. Audiovisual U. Pontificia Bolivariana Cine Club La Calle CINEP Cituma Producciones | Muestras de Video de las producciones de las facultades de comunicación a nivel nacional. Banda ciudadana de algunos pequeños municipios Muestras Los clientes se encargan de la exhibición y promoción de los materiales que producimos para ellos. |
| COMFAMILIAR Risaralda | Exhibiciones en los colegios, divulgación en la emisora cultural de Pereira de la Alcaldía. |
| Corporación Vamos Mujer | Exhibiciones como parte de los talleres de capacitación de la mujer en sexualidad, psicología de la mujer. |
| Costavisión T.V. Cable | Los clientes se encargan de la divulgación. Captan canales como EBO y PNT y otros incidentales, captan siete en total pero al suscriptor le transmiten cuatro. |
| Diro César González Tejada | Produce programación para un canal comunal que llega a 30 barrios, manejado por Juntas Administradoras Locales |
| El Corazón del Video | Difusión personal, intercambio con otras videotecas, compras al exterior desvisa Barcelona España. |
| ENDA América Latina ENVISION Envigado Televisión Experimental en Video Colectivo | Préstamo Interinstitucional Produce para canales locales. Análisis Grupal de Videos |
| Facultad de Medicina Unión Antioquia | A través de la parabólica les transmiten programas que llegan a otros países de habla hispana. |
| Federación Nacional de Cafeteros de Colombia Fundación Carvajal Programa Educativo | Reuniones con técnicos y agricultores, emisión en canales nacionales y regionales. Difusión a visitantes nacionales e internacionales, Préstamo a escuela e instituciones |
| Fundación Cine Documental | Red de Video para regionales indígenas con intercambio con Brasil, Ecuador, Bolivia. |
| Fundación para el Fomento de la Educación Popular y la Pequeña Industria FEPI | Mediante el alquiler de películas para presentarlas y reflexionarlas en los distintos grupos alrededor de la fundación. |
| Fundación Social Programa Integral Comunitario FUNDEIN | Los grupos comunitarios y el equipo de trabajo con comunidades. A través del trabajo con las organizaciones, profesores, estudiantes, instituciones, campesinos. Usamos videos en la escuela primaria |
| Instituto de Cultura y Bellas Artes Instituto de Cultura y Turismo del Meta | Proyectando imágenes y explicando su contenido. |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Instituto Popular de Capacitación Proyecto NORSALUD-GTZ Sol de Tres Comunicaciones Tele-Quibdó | Video Foros con comunidades y distribución y venta a otras organizaciones o instituciones. Exhiben en los barrios en pantalla gigante. Exhibiciones cerradas como mecánica de trabajo. El Canal 7 es la frecuencia escogida para transmitir lo seleccionado de los 20 canales que reciben. Concurso Video de Alcantarilla y en el Festival Franco-Latinoamericano de Videoarte, su video fue uno de los escogidos para concursar de los colombianos. Salones de clase, videoforos, talleres |
| Tierra a la Orden | Se proyectan a los estudiantes de la escuela de español y de la Universidad. Ubicamos los videos que nuestros afiliados solicitan y por intermedio nuestro los facilitamos, no importa el área. Proyecciones a grupos, capacitación Uso interno de la institución, con oficinas regionales y comunidades afiliadas. |
| Univalle-Centro de Producción en Comunicación Universidad Tecnológica de Pereira VHF Producciones | |
| VideoProducciones Visión Mundial Internacional | |
| Este rápido panorama de los actores, su producción, su infraestructura técnica y sus actividades de distribución no podía quedar completo sin hacer mención de la gran variedad de ideas que resultaron verdadas en las sugerencias al Videocombo, como se evidencia en el siguiente y último listado, que toma el pulso a los ánimos y disposición de algunos de los miembros y amigos del Videocombo: | |
| <i>Serie 5: Sugerencias</i> ABC Producciones Academia Arco | Defensa de la privatización de canales Deseamos recibir más información sobre la organización y las reuniones que celebran, favor enviarnos publicaciones y resultados del diagnóstico. |
| Adriana Angel | Establecer contacto con Canal 3, canales regionales y distribuidores de videos comerciales. La televisión regional. |
| Alberto Bejarano Alcaldía Municipal Guadalajara de Buga | Realizar intercambios y seminarios de capacitación en este territorio. Organizar un Congreso convocando a todas las entidades que tienen que ver con video en Colombia. |
| Amalaka | Ojalá pudieramos recibir algún material escrito sobre la red y temas de interés general, gracias. |
| Antena Parabólica Los Angeles, Boston, La Ladera ASACOM | Aglutinación de todos los que trabajan con parabólicas, para buscar una reglamentación. |
| Asoc. para la Educación de los Trabajadores | Que las discusiones sean amplias y profundas, para que de esta forma haya verdades sólidas. Deseamos obtener información y asesoría para la producción y financiamiento de uno o dos proyectos. |

| | |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Candelaria T.V. | Financiación de los canales para que sean independientes |
| Carrera de Cine y Televisión U. Nacional | Convocar foros en los que una persona especializada exponga sobre el tema. |
| Centro de Comunicación Educativa Audiovisual CEDAL | Que no se quede en discusión teórica y tenga influencia social. |
| Centro de Comunicaciones SENA Regional Cauca | Apoyo a casas de la cultura de municipios para establecer circuitos o canales locales de televisión comunitaria. |
| Centro de Medios Audiovisuales U. Javeriana | Interesante de acuerdo a los conferencistas y el tema. |
| Centro de Producción de Material Audiovisual del Politécnico | Le interesa el tema de los vacíos jurídicos que existen con respecto a la televisión alternativa, no hay orientación comunitaria en los canales locales. |
| Centro de Psicología Gerontológica | Sugiere como metodología discusiones abiertas. |
| Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano CINDE | Reuniones con las personas que lo trabajan. |
| Centro Popular para América Latina de Comunicación CEPALC | Sería interesante coordinar con periodismo escrito y radial para trabajar conjuntamente la democratización de la comunicación para tener mayor incidencia en la sociedad. |
| Centro Prod. Audiovisual U. Pontificia Bolivariana César Tulio Ossa | Seminarios o Teleconferencias. |
| Cine Club - Decanatura de Cultura - U. del Valle. | Realización de Intercambios y Seminarios. |
| Cine Club La Calle | Le interesa los sistemas alternativos de la comunicación que no existen en la Universidad, ni una alfabetización audiovisual. |
| Cine Club Universidad del Tolima | Sí, estamos interesados en que se construyan redes de comunicación y de solidaridad de videomanos. |
| CINEP | A través de ponencias en revistas de circulación nacional como las universitarias u otras. |
| COMFAMILIAR Risaralda | Encuentro Nacional para intercambio de experiencias |
| Convenio CORPES - Telecaribe | Es negativa la programación de la parabólica pues no tiene ningún control. |
| Corp. Antenas Parabólicas José Félix Restrepo | Interés en realizar encuentros de discusión y talleres a nivel nacional. |
| Corp. Comunitaria para la Unificación Social | Existe mucha prohibición en las leyes de televisión, pero no se plantean posibilidades |
| Corporación Vamos Mujer | Nos gustaría recibir información acerca de lo relacionado con comunidades marginadas, SIDAY Ciudad Bolívar. |
| Costavisión T.V. Cable | Es importante conocer a fondo el tema y participar en el proceso. |
| Christian Children's Fund. | Democratización de la Comunicación. Sobre democratización de la comunicación. |

| | |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Diro César González Tejada | Desarrollar la Comunicación Alternativa en Televisión Regional y Antenas Parabólicas |
| ETNOS T.V. | Estamos en vías de conseguir una gran videoteca para capacitación de grupos minoritarios de Antioquia y Chocó. |
| Experimental en Video Colectivo | Muestras itinerantes, Difusión de información, análisis. |
| Fe y Alegría de Colombia | Sugiere como metodología agrupar a personas por afinidad de actividades e intereses. |
| Fundación Carvajal Programa Educativo | Primero a nivel regional y luego que se extienda. |
| Fundación Cine Documental | Me interesa el video alternativo y ampliar la relación con los indígenas |
| Fundación Patrimonio Filmico Colombiano | Nos interesa el tema de la preservación a largo plazo de esos materiales. |
| Fundación Teatral Kerigma | Video en la educación, video alternativo y popular. |
| FUINTEK | |
| Gabriel Guevara Peña | Hacer concursos de guiones para documentales. |
| Grupo Taller Cine | Ofrece colaboración para convocar debate sobre ley de Televisión. |
| Instituto Popular de Capacitación | Cuáles son las alternativas y los nuevos mensajes a construir y cuáles podrían ser las posibilidades de difusión y participación ante el fenómeno masivo y de privatización de la televisión. |
| Junta Comunal Barrio Villamar Fontibón | Podríamos participar a un nivel bajo, pues estamos empezando. |
| Maya Televisión | Le interesa el tema de la Comunicación Alternativa, el acercamiento con gente que no tiene acceso a los medios de comunicación. |
| Museo de Antioquia | Seminario en donde estén los interesados, los grupos comunitarios, la T.V. privada y el Ministerio de Comunicaciones. |
| Noticiero ATV | Intercambio Nacional de Videos Culturales y Turísticos. |
| Ojo Sin Párpado INEM Kennedy | El espacio creativo y cultural debe ser abierto según las necesidades juveniles, basados en los medios audiovisuales. |
| Organización Recreativa Ocupacional "O.R.O" | Ofrezco mi nombre para tratar de organizar el videocombo local si me lo permiten y prestan la ayuda que estimen útil y conveniente. |
| PRO T. V. Regional | Canales Locales de Televisión Experimental |
| Producciones París y Benavides Ltda. | Sí, sugiere hacer talleres de trabajo pequeños y luego un gran foro. |
| Producciones Tele-Printer | Unificar criterios acerca de la legislación para Televisión. |
| Proyecto NORSALUD-GTZ | Todo lo relacionado con video, capacitación y para aplicarlo aquí. |
| Sección de Ayudas Educativas U. de los Llanos | Crear vínculos con la Asociación de Video Educativo |
| SENA Gestión de Recursos Didácticos | Foros donde se facilite el debate. |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| T.V. CASA Canal Comunitario Barrio López de Mesa TELECAFE | Canales Locales Objeto social de los canales regionales de televisión, motivo de su existencia. |
| Telemundo Cháves Ltda. | Más información sobre cuales son los derechos del canal comunal. |
| TEVE ISTMINA Tierra a la Orden Touch Producciones | Canales locales como alternativa de desarrollo. Derechos creativos, Arte. Colombia necesita un medio de intercomunicación entre los pequeños productores. |
| U. de Caldas - Centro de Recursos Educativos UAO, Programa de Comunicación Social Unidad Coordinadora de Prevención Integral | Organizar un taller con intercambio de documentos previo Reunión por gremios, por ejemplo la Universidad y su propuesta. |
| UNIMAR T.V. Universidad Mariana Universidad Abierta U. Javeriana Universidad Surcolombiana | Sí, como programa alternativa con grupos juveniles como programa de participación y promoción juveniles. Legislación de Televisión |
| Veracruz T.V. Cable | La metodología en grupos organizados y programados con antelación. Nuestra función tiene que ver con todo lo relacionado a la producción de ayudas educativas, incluyendo obviamente las audiovisuales. Todo lo pertinente nos interesa. |
| VHF Producciones | Seminario Taller sobre reglamentación de antenas parabólicas, privatización de canales, la televisión que la gente quiere ver. |
| VideoCentro Ltda. | Antes que sugerir les deseamos mucha suerte y nos ofrecemos a colaborar en lo posible de acuerdo a nuestras capacidades técnicas especialmente. Que regularmente, en períodos fijos se realicen conferencias y publicaciones escritas informativas y actualizadas sobre sistemas, formatos, y disposiciones jurídicas. |

Los Canales Locales en la Encrucijada

Ricardo Gómez

La nueva Constitución promulgada en Colombia en 1991 estableció un nuevo marco para la TV colombiana, y el Congreso se habla tomado casi dos años en discutir una nueva ley que reglamentara su funcionamiento. El proyecto de ley que se debate aceleradamente en la Cámara y el Senado en sesiones conjuntas, tras intensas negociaciones con el Gobierno y los grupos económicos, introduce controvertidas modificaciones al actual sistema de televisión, permitiendo que particulares presten directamente el servicio en Estaciones Locales, pero manteniendo los canales actuales en propiedad del Estado. La nueva ley reconoce la TV como servicio público; crea la Autoridad Nacional de Televisión como organismo de control y gestión de la TV colombiana, aunque limita ésta a la radiodifundida y excluye la cableada; y prevé inaplicables mecanismos de control a la concentración de la propiedad y de las audiencias para las estaciones particulares.

Los fenómenos de las TVs locales y comunitarias, y los servicios de TV de las antenas parabólicas apenas han sido mencionados en el debate, a pesar de que se han multiplicado como conejos en todo el país, sin ningún reparo por su total ilegalidad.

Este artículo analiza el contexto televisivo que establecería la nueva ley de televisión en Colombia, y propone algunos criterios que permitan comprender el fenómeno de los canales locales desde su interés local y comunitario. De una tipología de la TV existente en el país se pasa a una caracterización de la hoy llamada TV local; al observar más de cerca el asunto resulta claro que bajo este nombre conviven diversas experiencias, y se hace necesario diferenciar el carácter no lucrativo, cultural y local de algunos de estos canales, con el fin de facilitar su legalización y fortalecimiento.

La TV en Colombia: Híbrido entre Estatal y Privado

La televisión colombiana ha sido desde sus inicios en los años 50 un híbrido curioso de monopolio estatal para explotación comercial privada, único en América Latina. Mal la comparan hoy algunos legisladores con la TV cubana al defender la privatización del servicio, pues la relativa diversidad de puntos de

vista, expresados en noticieros nacionales y regionales de diferentes corrientes políticas, se suma a la variedad voces de pequeñas y grandes empresas programadoras, que producen y comercializan televisión en sus espacios semanales concedidos por licitación.

Privatizar completamente la TV colombiana no beneficiaría más que a los grandes grupos económicos, que son los que podrían adquirir o montar la infraestructura de producción y transmisión que se requiere; los costos sociales de esta operación serían tal vez mayores que los de mantener el sistema actual de producción particular y transmisión exclusiva estatal. Pero aunque su ímpetu de apertura y privatización sea grande, no es exactamente esto lo que propone el Gobierno. La nueva ley de televisión propone más bien mantener el sistema mixto actual, permitiendo además que particulares operen estaciones locales de televisión comercial.

Híbrido de híbridos, el sistema de televisión colombiana tiene hoy la siguiente oferta: dos canales nacionales del Estado alimentados por particulares mediante el sistema de concesión de espacios a través de licitación; por lo menos cuatro canales regionales (que podrán en el futuro ser estatales o mixtos) también con el sistema de licitación; y un canal nacional con cobertura parcial operado por el Estado para la llamada TV cultural o de interés público. La nueva ley de TV añadiría una gran variedad de Estaciones Locales de TV privadas, operadas por particulares bajo control de la Autoridad Nacional de Televisión ANT, cuya composición mayoritaria es nombrada por el Gobierno. Pero allí no termina la cosa, pues la TV internacional es hoy ya parte del panorama de las pantallas nacionales, ya sea a través de servicios de TV por suscripción legales o ilegales (llamados TV cable, aunque muchos transmiten frecuencias y no usan el cable) o del sistema de parabólicas (llamados TVs locales, aunque la producción local sea casi nula y casi todos operan al margen de la ley). Para facilitar una visión de conjunto, se resumen las características principales en el cuadro 1.

El Gobierno —a través del Ministerio de Comunicaciones, y ACOTV— el sindicato de trabajadores del Instituto Nacional de Radio y Televisión INRAVISION, han concentrado sus esfuerzos en debatir y solucionar el conjunto de problemas planteados por la privatización de la TV. Ya en la Asamblea Constituyente había logrado el Ministerio sacar del control de un Ente autónomo el control y gestión de la radio, y en la nueva ley logró diluir en el papel de la ANT entre suficientes ambigüedades como para asegurar el control de la TV en manos del Ministerio de Comunicaciones. Un hueco importante que la nueva ley deja al descubierto es que ésta regula solamente la televisión radiodifundida, dejando a las fuerzas del mercado y sin regulación alguna el pastel de la TV del futuro, que será cableada¹. ACOTV por su parte, ya había logrado hacer

Cuadro 1: Esquema Híbrido de la TV Colombiana

| Cobertura | #. | Propietario | Carácter | Transmisión | Programador | Origen Programa. | Control |
|-----------------------------------------------------|-------------|------------------------------------|-----------|---------------|--------------|-----------------------------------------|---------|
| Canal Nacional | 2 | Estado | Comercial | Ondas | Particulares | 50% nacional 50% extranjero | ANT |
| Canal Nacional (cobertura parcial) | 1 | Estado | Cultural | Ondas | Estado | | ANT |
| Canal Regional | 4 | Estado o Mixto* | Comercial | Ondas | Particulares | 50% nacional, del cual 20% regional | ANT |
| Servicios Suscripción (legales) | 11 | Particulares | Comercial | Ondas o cable | | Extranjera | ANT |
| Servicios Suscripción (fuera de ley) | 50 (aprox) | Particulares, Municipio | | Ondas o cable | | Extranjera | |
| Servicios Parabólica (fuera de ley) | 250 (aprox) | Particulares, Municipio, Parroquia | | Ondas o cable | | hasta 2% local En general extranjera | |
| Adición introducida por la nueva ley de televisión: | | | | | | | |
| Estación Local* | ? | Particulares | Comercial | Ondas | Particulares | 50% nacional, del cual x% local | ANT |

* Modificación introducida por la nueva Ley de Televisión.

consagrar la protección de los trabajadores de INRAVISION como derecho constitucional, lo cual le garantiza su sobrevivencia gremial; también ha cuestionado la inversión extranjera en la propiedad de las nuevas Estaciones Locales, y entre otros aspectos, ha propuesto ajustes a los controles monopolísticos en el nuevo servicio de TV.

Sin embargo, además del Gobierno y el Sindicato, las fuerzas de dos sectores principales están hoy empujando a la TV colombiana hacia nuevos rumbos:

Por un lado están los intereses de los grupos económicos y políticos dominantes, que se sienten en capacidad de competir y ganar en la selva del capitalismo salvaje al que conduce la apertura, la privatización y la desregulación en la industria cultural, buscando ganar así el boleto de entrada al escenario del poder real del planeta de fin de siglo: el de la información, el entretenimiento y la publicidad en las pantallas a color encendidas en cada hogar. La presión de estos grupos se ha hecho sentir en los pasillos del congreso desde la Asamblea Nacional Constituyente, y ha jugado un papel central en la concertación para la nueva ley que reglamenta lo dispuesto en la Constitución del 91 en materia de televisión. Su resultado no se ve todavía, pues la nueva ley prevé un período de gestión técnica para el reordenamiento del uso actual del espectro electromagnético antes de la asignación de frecuencias a particulares. Sin

¹ No es sino ver la operación comercial más grande de la historia de los Estados Unidos, la compra de Tele-Communications Incorporated, la primera operadora de TV por cable en el país, por la Bell Atlantic Corporation. Los 33.000 millones de dólares de la operación le aseguran a Bell Atlantic el acceso al 42% de los hogares estadounidenses e ingresos de más de 16.000 millones de dólares anuales (Revista SEMANA (Colombia), Octubre 19 de 1993, pg. 64).

embargo, todo apunta hacia el establecimiento de estaciones locales comerciales en las principales ciudades del país, con débiles controles que prevengan el encadenamiento de estaciones en las horas de mayor sintonía, e inaplicables limitaciones a la concentración de propiedad, y a la distribución desigual de la pauta publicitaria, que favorece a los grupos económicos que pautan en sus propios canales y medios de comunicación. La experiencia en otros países indica que quien pierde es el televidente, ante el vertiginoso descenso de la calidad de la programación por la multiplicación de canales ante una tajada publicitaria limitada, y la eventual quiebra de los pequeños y su absorción por los grandes grupos económicos y políticos: el caso italiano es sólo uno de los más transparentes²

Por otro lado están las organizaciones comunitarias, los gobiernos locales, los pequeños empresarios y las parroquias, quienes en un alarde de pragmatismo se han apropiado de los avances tecnológicos, para ofrecer a los pobladores locales una alternativa de televisión basada en la programación internacional tomada de los satélites y reemitida por ondas o por cable con sistemas de baja potencia. Estos grupos han sorprendido al país a fuerza de hechos cumplidos. Funcionando sin licencia y en la mayoría de los casos explícitamente por fuera de la ley, una tercera parte de los casi trescientos llamados canales locales han sido montados u operan con apoyo del alcalde o el concejo municipal, o de la gobernación departamental. Muchos de ellos están complementando la programación internacional que ofrecen con una pequeña proporción de producciones locales sobre actividades culturales o políticas, financiadas por aportes municipales, comunitarios o comerciales.

El fenómeno de la televisión local, que inunda las pantallas de señal internacional con el pretexto de la expresión comunitaria, es hoy tal vez el hecho más relevante en los medios de comunicación en Colombia. A su vez, no es más que una de las manifestaciones de dos tendencias contradictorias del mundo de hoy: por un lado la globalización de la cultura a través de los medios; por otro lado el rescate y valorización de las identidades regionales, étnicas y religiosas.

La TV Local no es Local

Lo que hoy se llama TV local en Colombia es una realidad diversa. Medios de comunicación, legisladores e investigadores coinciden en afirmar que hay más de 300 canales locales de televisión operando ilegalmente en el país. En casos que se pueden contar con los dedos de una sola mano, las autoridades nacionales o locales han prohibido el funcionamiento o confiscado equipos de los canales locales, por intereses políticos, económicos o jurídicos. TeleJericó (Jericó) fue cerrada en 1991 por su abierta crítica al gobierno, y poco después se le permitió volver a funcionar; TeleCinco (Barranquilla) fue cerrada en 1992 por la derrota

² En Italia, tras la privatización de la TV en 1976, se pasó de 1200 estaciones en 1985 a dos grupos controlando el mercado: la RAI, Estatal, y el grupo Berlusconi, particular (María Teresa Herrán, *El Espectador*, Oct. 5 1993, p. 2A).

jurídica de sus aspiraciones públicas a cobijarse en el derecho constitucional de fundar medios de comunicación; TelePacho (Ibagué) fue cerrada en 1993 tras la demanda y fallo judicial a favor de la compañía local de TV Cable, a pesar de contar con el apoyo del alcalde municipal, el gobernador departamental y el obispo de la diócesis. El Ministro de Comunicaciones ha expresado en audiencias públicas del Congreso de la República su interés por que se encuentre alguna forma de legalizar las antenas parabólicas, por considerarlas más engorrosas para el Gobierno en su actual situación de ilegalidad. Mientras el debate legal avanza a paso lento, decenas de nuevas parabólicas, canales locales y servicios de suscripción ilegales se instalan en el país, con antenas, transmisores y redes de bajo costo de fabricación nacional.

Sin embargo, el paisaje no es homogéneo cuando se mira de cerca la realidad de los canales locales. Para la muestra, veamos algunos ejemplos:

TELECANDELARIA: En Noviembre de 1992 un grupo de ciudadanos de Candelaria (Valle) decidieron, con el apoyo de la alcaldía municipal, montar un canal local de TV. Cobrando cuotas de apoyo de alrededor de \$10.000 (SUS 15), aportadas por casi 30% de la población, instalaron una antena parabólica y un transmisor de 10 watts en VHF, que cubría un radio de 3-4 kms, o sea el casco urbano de la cabecera municipal. Hoy tienen transmisor de 50 watts, con un alcance de 13 a 15 kms de radio. Grabando con una cámara VHS y editando rústicamente a un Betamax, producen dos horas de programación diaria sobre las actividades de la alcaldía y temas de "interés general", que se emiten de 7 a 9 p.m.. El resto del día y de la noche el canal emite la señal de uno de los canales de TV peruana que toma del satélite. Hasta el momento el canal tiene 32 cassettes grabados con actividades diversas; ha transmitido eventos comunitarios con 30 minutos de diferido, y ha producido 2 documentales sobre la industria del municipio. Sus principales problemas son la dificultad para comprar los equipos más apropiados, puesto que no están en vitrina, y la necesidad de mejorar la calidad de sus producciones, hasta ahora rudimentarias.

TELE13: Una empresa privada en Sevilla, Valle, montó en 1992 un servicio de TV por cable a partir de una antena parabólica. Ofrecen nueve canales internacionales a los 1000 abonados al servicio. En horario especial antes y después de los noticieros de los canales nacionales, transmiten una hora diaria de programación propia sobre temas ambientales, jurídicos, deportivos y de opinión. Jaime Peña, graduado de la Escuela Internacional de Cine y TV en Cuba, es director de programación. Produciendo en S- VHS, su principal problema es de acceso a mejores equipos que los hagan más competitivos.

TELEPLATINO: Uno de los problemas más serios que ha enfrentado Tele Platino en sus tres años de vida fue causado por el daño de un decodificador de la antena parabólica: la telenovela peruana que estaba transmitiendo se interrumpió, y la población de Condoto (Chocó) casi hace un paro cívico reclamando su continuación. Por iniciativa de un sacerdote italiano se instaló en 1991 en este apartado municipio de la costa pacífica un transmisor de 1 Watt y una antena parabólica; el municipio le dio el manejo del canal a la parroquia, que comenzó a transmitir lo que captaba del satélite. Armando Gómez es el actual responsable del canal, que ya cuenta con una cámara VHS y un transmisor VHF

de 10 Watts, que cubre 6 kilómetros a la redonda con un canal de TV internacional. El equipo está además produciendo una telerevista semanal, que se emite los martes de 7 a 8 p.m.. El problema central que enfrentan es la falta de equipos y de recursos. Están tramitando un convenio para cobrar \$US 0.50 con las facturas de electricidad para asegurar el sostenimiento del canal local, que funciona sin licencia pero con aval de la administración municipal.

TELEISTMINA: El canal comenzó a funcionar en Istmina (Chocó) por iniciativa de la alcaldía municipal en 1989. Es una de las TVs locales más antiguas del país, y tiene hoy un transmisor VHF (canal 7) de 10 watts, por el que transmite una selección de programas grabados de las señales de los satélites, VHS, un editor manual y un generador de caracteres, y una planta de 11 personas pagadas por la alcaldía, el canal ha trabajado con la certeza de que la gente quiere verse y ser protagonista de su propia TV. El principal problema que enfrentan es el de lograr la independencia de la alcaldía, para no estar sujetos a las corrientes políticas de turno.

La muestra es breve pero significativa; datos de una encuesta nacional reciente (aún sin publicar) nos confirman que las tendencias se mueven en las direcciones señaladas. Para avanzar en el análisis se hace necesario diferenciar algunas características importantes de los canales locales. En el cuadro no. 2 proponemos una caracterización de los canales locales de TV de acuerdo con el tipo de prestatario, el origen de la programación, la tecnología empleada para la difusión, y los fines del servicio³.

En los 300 canales locales que se acepta que hay en el país, hay de todo lo anterior, y obviamente no todo es televisión local ni comunitaria. Aunque la nueva ley de televisión cubre solamente la radiación de señal por ondas y excluye la televisión difundida por cable, la tecnología de difusión no es el elemento crítico diferenciador. Tampoco lo es el carácter público (administración local) de algunos prestatarios, como pretendió uno de los ponentes de la Nueva Ley ante el Congreso. La diferencia fundamental en las diferentes experiencias de TV local en el país radica más bien en los fines lucrativos o no lucrativos del servicio, y tiene su punto de quiebre en el origen de la programación ofrecida. Más que en el cubrimiento local del servicio o en el carácter público o privado de los prestatarios, la solicitud de un tratamiento particular que permita la legalización de los canales locales comunitarios deberá estar basado en el carácter no lucrativo de sus fines, y apoyado en un significativo porcentaje de producción local y nacional; mejor dicho, hay que 'desparabolizar' la TV local, y conseguir mecanismos que aseguren su sostenimiento y garanticen su calidad. Los llamados canales locales que dependen exclusiva o prioritariamente de la programación internacional podrán regirse por los mismos parámetros de los llamados TV Cable o TV por suscripción, y los que prestan el servicio con fines lucrativos podrán acogerse a las condiciones para operar Estaciones Locales Comerciales.

³ Este cuadro es basado en el esquema elaborado en un foro público por el Dr. Andrés Quintero, secretario del grupo Comunicación y Democracia, Colombia.

Cuadro 2: Caracterización de la TV Local en Colombia

| | |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Prestatario | Municipio u otra entidad pública Comunidad organizada (sin personalidad jurídica) Formas asociativas (cooperativas, asociaciones, etc.) Particulares Instituciones (universidad, parroquia, etc.) Mixta Otros |
| Origen de Programación | Satélite Videotienda comercial Videotienda alternativa Otras fuentes externas Producción propia - cobertura de eventos comunitarios Producción propia - programas de opinión y noticieros Producción propia - plataformas políticas Producción propia - otros |
| Tecnología de Difusión | Cable en conjunto cerrado Cable a través de espacio público Radiodifusión VHF o UHF |
| Fines del Servicio | Lucrativos por suscripción Lucrativos por pauta publicitaria y /o patrocinios locales No lucrativos - gratuitos No lucrativos - con patrocinios y /o pauta publicitaria local |

De esta manera, la clasificación que deberá tenerse en cuenta para fines de legalización de funcionamiento, asignación de frecuencias y operación de canales locales dentro de la ley sería la planteada en el cuadro 3, diferenciando Canales Locales Comunitarios No Lucrativos, Estaciones Locales Comerciales y Servicios de TV Satelital.

Es evidente que los requerimientos técnicos y económicos deberán ser diferentes para la legalización de los canales locales comunitarios que para las estaciones locales comerciales. Se ha demostrado que los primeros cumplen su función con equipos menos sofisticados que los segundos (basta con equipos domésticos o industriales de producción). Pero en cualquier caso es indispensable prever la necesidad de pagar los costos de operación de la producción comunitaria, ya sea a través de subvenciones, patrocinios o pautas publicitarias locales.

Los canales locales de televisión comunitaria tienen un valor social diferente al de la TV comercial o la TV nacional e internacional: son la expresión de las voces de la comunidad, de la localidad, de la región, con su visión de mundo, su identidad y su cultura. En un mundo cada día más interrelacionado, es grande el riesgo de la homogeneización de la identidad cultural, dado el poder de los grandes sistemas transnacionales de información y de industria cultural. La importancia de valorizar y fortalecer la capacidad de expresión autónoma de las comunidades a través de los medios de comunicación es innegable, y la TV comunitaria local, como movimiento fuerte, creativo y organizado, puede jugar un papel central en

Cuadro 3: Clasificación del Servicio de TV

| | |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Canales Locales Comunitarios No Lucrativos | <ul style="list-style-type: none"> • Fines no lucrativos • Programación principalmente local, regional y nacional • Interés cultural y comunitario |
| Estaciones Locales Comerciales | <ul style="list-style-type: none"> • Fines lucrativos • Programación principalmente local, regional y nacional • Limitaciones de concentración, de publicidad propia, de cobertura. |
| Servicios de TV Satelital | <ul style="list-style-type: none"> • Programación principalmente internacional • Respeto a convenios internacionales de derechos de autor. |

este proceso. La naciente Asociación Nacional de Canales Locales y Comunitarios de Colombia⁴ puede ser un primer paso en la dirección correcta.

Sin embargo, es igualmente urgente llamar la atención sobre los riesgos del parroquialismo disfrazado de expresión local; con aquel se fomenta más bien el empequeñecimiento de la visión de mundo, la intolerancia por la diferencia, y la exacerbación de la xenofobia, que en la historia de la humanidad solo ha conducido a la guerra. Vale la pena preguntarse si los canales locales de TV comunitaria realmente constituyen un espacio alternativo e innovador para la expresión creativa de voces plurales, si se limitan a imitar esquemas y representaciones copiados de la TV nacional e internacional dominantes, o peor aún, si se convierten en tribunas de uso exclusivo de los poderes locales, propiciando un 'gamonalismo electrónico' que nada tiene que ver con el fortalecimiento de la democracia.

⁴ Informes: Canal Alterno, Calle 9B no. 20-28, tel. 585509, Cali, Colombia.

Directorio del Movimiento de Video en Colombia



ABC Producciones

Ismael Cruz
Cra. 51 B no. 96A-125
Barranquilla, Atlántico
tel 459 564

Academia Arco

Jimmy García Camargo
Avenida 39 # 15-15
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 87 97 91 2 85 26 06
fax 91 2 85 27 87

Adriana Angel

Cra. 18 no. 94A-59, 102
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 13 54 27

Alberto Bejarano, Paula Marcela Trujillo, César Castro

Calle 5 a. A # 45 A -125 Bloque 23 Apart. 301
Cali, Valle
tel 923 51 58 35

- Nosotros producimos video que tenga que ver con la problemática urbana en especial el tema de la rumba, lo producido ha sido para la serie de documentales "RASTROS Y ROSTROS".

Alcaldía Municipal Guadalajara de Buga

Víctor Manuel Salgado
Carrera 13 # 6-50
Buga
Valle del Cauca
tel 9222 71656
fax 9222 74481

Amalaka

Pedro a. Sánchez Plazas / Ana María Fankhauser
A.A. 312
Popayán, Cauca

- Es un proyecto de educación ambiental para niños y jóvenes en una finca situada en el Río Cofre, Vía Popayán - Cáli, que desea utilizar en un futuro próximo, la comunicación como uno de sus ejes principales, es decir, la comunicación - video y audio - radio etc., como herramienta de educación y aprendizaje. En la finca se han realizado talleres para niños que integran lo ecológico y lo artístico.

Antena Parabólica del Barrio La Milagrosa

Alejandro Henao
Calle 41 # 29-19
Medellín, Antioquia
tel 94 2 69 82 08

- Somos una comunidad organizada que decidimos comprar los equipos necesarios para tener un canal que funciona desde enero de 1992. Y pensamos producir nuestro propio material sobre la comunidad.

Antena Parabólica Los Angeles, Boston, La Ladera

Ricardo González
Carrera38 # 54-14 Medellín
Medellín, Antioquia
tel 94 2 39 76 32

- El Canal utiliza videos rentados para transmitirlos los fines de semana sobre temas muy sanos y el objetivo es producir videos, sobre prevención de la drogadicción y el alcoholismo males que tanto aquejan a nuestra sociedad, y así procurar unir a la familia.

Area Cultural Banco de la República

Isabel del Castillo Piedrahita
Carrera 12 calle 17 Esquina
Girardot, Cundinamarca
tel 9834 34 151
fax 9834 34155

ASACOM

Héctor Escamilla
Calle 40 Bis # 56-32 sur
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 38 89 90

Asoc. para la Educación de los Trabajadores

José Ernesto Ramírez
A.A. 56635
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 51 46 61
fax 91 2 22 06 86

Asociación Nacional de Usuarios Campesinos

César Useche
A.A. 1991
Ibagué, Tolima

AVC Comunicaciones

Jaime Rodríguez
Calle 16 no. 22-25, piso 3
Pasto, Nariño
tel 927 232838
fax 927 233260

Ber Videocomputarizado

Fernando Bernal
Calle 46 # 13-16
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 87 95 49

- Ber Videocomputarizado realiza producciones en Multimedia

Canal Alterno Comunicaciones

Enrique Rodriguez
Calle 9 B # 20-28 Breñaña
Cali, Valle
923 58 55 09

- Canal Alterno es un colectivo conformado por cinco comunicadores sociales cuyos propósitos e intereses giran alrededor de la elaboración de estrategias de investigación y producción audiovisual. El objetivo fundamental que persigue Canal es dinamizar a través de la comunicación diferentes tipos de procesos sociales en comunidades, tendientes a contribuir con el desarrollo de sus objetivos. Las áreas de acción de Canal Alterno son: La producción audiovisual, La capacitación en lenguaje audiovisual, La investigación en comunicación, La creación de redes de circulación de material de comunicación y la circulación y distribución de material audiovisual.

Canal Local T.V. 13

Jaime Peña, Director
Calle 53 # 50-10 ó Calle 49 # 51-21
Sevilla, Valle
tel 967 69 86 45 967 69 73 78

- Somos una empresa que nace con la intención de llevar al pueblo programación que contribuya a la formación cultural del mismo.

Canal Local Unidad Residencial Altamira

Fernando Isma
Calle 79C # 75-100 Bloque 62 Ap. 119 A.A. 12291
Medellín, Antioquia
tel 94 2 57 78 43 2 57 96 11

- Somos un Canal Comunitario que aparte de retransmitir la señal del satélite produce videos sobre la comunidad de tipo cultural, social.

Candelaria T.V.

Dario Triana
Calle 8 # 7-34 Candelaria
Candelaria, Valle
tel 92274 8545 8311

- Candelaria T.V. lleva a la comunidad la señal del satélite y transmite los programas propios sobre eventos de la comunidad de interés social.

Carhfoz- Comunicando

John Jairo Cardona
A.A. 8015 de Medellín
Medellín, Antioquia
tel 94 2 51 29 68

Carrera de Cine y Televisión U. Nacional

Gustavo Fernández - Gilberto Sánchez
Ciudad Universitaria Edificio 701
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 68 43 20
fax 91 2 69 82 04

- La Carrera de Cine y Televisión de la Universidad Nacional pretende el estudio de la producción y realización, de creaciones audiovisuales en (Video, Televisión y Cine) buscando integrar los aspectos técnicos y teóricos fundamentales para estimular un trabajo práctico sólido, coherente y de alta calidad profesional. Este propósito conlleva a formar un profesional del audiovisual que tendrá "Qué decir" y "Qué contar" y que sabrá "Cómo decirlo", utilizando los múltiples artífices, que le son propios a esas técnicas.

Centro Cultural Ignacio de Loyola -CECIL-

Santiago Jaramillo Uribe
Carrera 44 # 48-18
Medellín, Antioquia
tel 94 2 39 31 22
fax 94 2 39 52 96

- El Centro Cultural Ignacio de Loyola CECIL es una institución de la Compañía de Jesús al servicio de la Evangelización, a través de los Medios de Comunicación Social. Su objetivo producir y difundir programas audiovisuales de formación religiosa, familiar y social y repertorio musical religioso y popular. Ofrece sus servicios a otras entidades que promuevan valores humanos y cristianos.

Centro de Apoyo a la Mujer y al Infante CAMI

Calle 3 # 23 B-80 A.A. 20 827
Cali, Valle
tel 923 56 84 81
fax 923 56 94 72

Centro de Comunicación Educativa Audiovisual CEDAL

Gladys Daza Hernández
Calle 61 # 18-52 A.A. 54085
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 212 3101

- CEDAL tiene como actividad principal la capacitación en video, realiza eventualmente un taller latinoamericano, y durante el año talleres en diferentes sitios para principiantes. Practica la metodología de realización integral, dicta talleres de producción reuniendo todas las áreas, de esta forma responde a las necesidades de los principiantes.

Centro de Comunicaciones SENA Regional Cauca

Gerardo Ovidio Agredo M.
Calle 4 # 2-80
Popayán, Cauca
tel 928 24 35 43 24 35 49 22 10 15

- La Regional del SENA en el Cauca ha involucrado el video como herramienta para promover el trabajo de capacitación y participación comunitaria. Son videos con participación directa de los campesinos. La mayoría de trabajos realizados son registros de actividades de capacitación y eventos de las comunidades urbanas y rurales, sin edición y utilizados más que todo como recurso de evaluación y motivación de los grupos.

Centro de Medios Audiovisuales U. Javeriana

Luis Bernardo Pérez
Carrera 7a. # 41-00 Tercer Sótano
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 85 22 72
fax 91 2 87 17 75 2 88 23 35

- El Centro de Medios Audiovisuales de la Universidad Javeriana busca satisfacer las necesidades de las diferentes instancias de la Universidad, Facultades, Profesores, Alumnos, prestando un servicio profesional en la realización de material audiovisual, haciendo énfasis en la labor científica e investigativa. También presta sus servicios a clientes externos. Contamos con un equipo humano y técnico profesional que garantizan la calidad de los materiales que producimos.

Centro de Producción de Material Audiovisual del Politécnico

Saúl Alcaraz
Avenida de las Vegas Calle 10 El Poblado A.A. 4932
Medellín, Antioquia
tel 94 2 68 78 01

- El Centro realiza un análisis de las asignaturas de cada programa y establece cuales son susceptibles para hacer un video que simplifique situaciones que en la práctica es difícil y se hace un video didáctico, pedagógico y/o explicativo.

Centro de Producción y Asesoría en Comunicación UNIVALLE

Ramiro Arbelaz
Ciudad Universitaria Meléndez
Cali, Valle
tel 923 31 54 86 30 96 95
fax 923 39 85 02

Centro de Psicología Gerontológica

Elisa Dulcey
Calle 62 # 3-58 A.A. 52366
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 10 17 15

- El Centro de Psicología Gerontológica es una organización no gubernamental que surgió en la década de los setentas con el ánimo de hacer investigación, asesoría, capacitación y un banco de información; (Escrita, Audiovisual) sobre el tema del envejecimiento y vejez en la perspectiva del ciclo vital, en Colombia y América Latina.

Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano CINDE

Carrera 33 # 91-50
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 56 41 16
fax 91 2 18 75 98

Centro Labuach de Educación Popular de Adultos CLEBA

Alvaro Vélez
Carrera 47 # 53-45 Piso 9
Medellín, Antioquia
tel 94 5 12 36 83 2 31 771 79

- El Centro Labuach de Educación Popular para Adultos es una entidad privada u Organización No Gubernamental sin ánimo de lucro, que se dedica a la alfabetización de adultos y a la comunicación popular. Tenemos una Videoteca de uso interno que hace parte del centro de documentación.

Centro Popular para América Latina de Comunicación CEPALC

Amparo Beltrán, Guillermo Prieto
Carrera 16 A # 46-23
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 45 32 84
fax 91 3 20 34 21

Centro Prod. Audiovisual U. Pontificia Bolivariana

Ruben Darío Morales Elvia Lucía Ruiz Marín
Carrera 1a. # 70-01 Ciudad Universitaria Laureles
Medellín, Antioquia
tel 94 2 50 24 24 Ext. 314
fax 94 2 39 66 83

- El Centro de Producción Audiovisual de la Universidad Pontificia Bolivariana se creó para la producción de medios audiovisuales como apoyo a la labor docente y al servicio externo. Cuenta con profesionales y técnicos en el área. También asesoran y realizan libretos.

César Augusto Televisión

César Augusto Oviedo Villegas
Carrera 5a. # 3-23 Barrio San Antonio
Miranda, Cauca
tel 922 74 60 10

CETEC

Luz Marina Gómez
A.A. 26278 Cali
Cali, Valle
tel 923 56 04 96 57 70 18
fax 923 56 04 96

CIDESCO

Olga Patricia Arango
Carrera 21 # 27-28 A.A. 2001
Manizales, Caldas
tel 968 84 29 22 83 24 88

Cine Club - Decanatura de Cultura - U. del Valle.

Paula Marcela Trujillo
Cd Universitaria Meléndez Edif. CREE oficina 202.
Cali
Valle
tel 923 30 24 55 3024 60

- El Cine Club es un espacio que tiene varios objetivos: La exhibición de ciclos de videos por directores, países, géneros, el trabajo de crítica cinematográfica, producción de material escrito y próximamente la realización de videos.

Cine Club La Calle

Víctor Emilio Cardona
Carrera 4 # 9-26 A.A. 372
Cartago, Valle
tel 9656 21840

Cine Club Universidad del Tolima

Luis Rozo
A.A. 1879 de Ibagué
Ibagué, Tolima
tel 982 673092

CINEP

Luis Fernando Barón
Cra. 5 no. 33A 08
Bogotá, Cundinamarca
tel 285 8977
fax 287 9089

- CINEP es un centro de investigación y educación popular que trabaja en diferentes frentes en beneficio de los sectores populares en el país. El proyecto de video impulsa la producción y distribución de materiales alternativos, y apoya la consolidación de espacios de intercambio y asociación entre los interesados en el video.

Citurna Producciones

Adelaida Trujillo
Calle 71 # 13-86 Oficina 201
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 35 33 91 2 11 23 38
fax 91 2 11 96 23

- Citurna Producciones es una productora independiente creada en 1986, especializada en documentales en Cine y Video. Nuestros materiales de alta calidad han sido comisionados especialmente por las cadenas de televisión Europea. Especialistas en temas de cultura, medio ambiente y política de Colombia y América Latina, con un punto de vista independiente y analítico.

Colegio Hebreo

Livingston Crawford
Cra. 49-C no. 74-26 AA 50339
Barranquilla, Atlántico
tel 958 349317
fax 582484

COMFAMILIAR Risaralda

Farabdiva Varela Ruíz
Calle 22 Carrera 5a.
Pereira, Risaralda
tel 963 35 20 03 Ext. 350
fax 963 35 45 99

- Una de las necesidades prioritarias en Pereira es la existencia de una Videoteca con material educativo para abastecer a los colegios y universidades, hacia éste objetivo trabaja COMFAMILIAR.

Convenio CORPES - Telecaribe

Vicky Vargas
Calle 69 D no. 40-49, torre 1, ap. 4C
Barranquilla, Atlántico
958 344716

Corp. Antenas Parabólicas José Félix Restrepo

Gonzalo Santamaría
Transversal 35 D # 32-94 Envigado
Envigado, Antioquia
tel 94 2 76 25 08 2 76 72 50

- Nuestro Canal es una corporación sin ánimo de lucro que entrega señal que capta del satélite a los suscriptores es decir la comunidad que es dueña del canal. También se está empezando a producir programas propios.

Corp. Colombiana de Estudios Antropológicos

Carrera 50 # 27-70 Bloque C Módulo 5 Vinel 6
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 21 74 35
fax 91 2 21 69 50

Corp. Comunitaria para la Unificación Social

Iván Darío Arcila Alvarez o Ana Ruth Henao
Calle 24 # 19 A 27
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 68 46 69

Corp. Penca de Sábila Ecológica

Luz Dary Sánchez
Calle 56 # 46-50
Medellín, Antioquia
tel 94 2 16 51 16 5 11 56 20
fax 94 84 40 13

- La Corporación Penca de Sábila trabaja con Educación Ambiental, y el material que se presta de la Videoteca es sobre temas ecológicos.

Corporación Vamos Mujer

Clara Inés Mazo o Floralba Moreno
Carrera 50 # 58-78
Medellín, Antioquia
tel 94 2 54 45 14 2 54 02 71

- La Corporación Vamos Mujer tiene como objetivo general acompañar a procesos individuales y grupales que buscan la reconstrucción de la identidad de la mujer y el fortalecimiento de sus formas organizativas, generando así procesos de participación, cada vez más concientes, críticos y eficaces en el ámbito público y privado, y por ésta vía contribuir desde las mujeres a la humanización de la cultura en nuestro país, y nuestra ciudad.

Costavisión T.V. Cable

Luis Carlos Sampayo Asesor Jurídico
Calle de la Iglesia con Santo Domingo Esquina #3-03
Cartagena, Bolívar
tel 953 643257 643 780

- Costavisión es una empresa concesionaria del Estado para el servicio de televisión por suscripción en el área de Cartagena, y producción de televisión con énfasis institucional.

Cruz Roja Colombiana

Hilda Orjuela o Diego Delgado
Avenida 68 #66-31 Bl. Norte Piso 2 Sec. Audiovisuales.
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 31 25 24 2 31 91 26
fax 91 2 31 91 27

Christian Children's Fund.

Juan Manuel Luna García
transversal 27 # 39A 30
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 69 33 88
fax 91 2 69 54 38

- El objeto de la entidad es mejorar las condiciones de vida de los niños de escasos recursos, sus familias y la comunidad.

Diro César González Tejada

Calle 12 #17-04 Oficina 201 A.A. 566
Barrancabermeja, Santander
tel 976 22 94 20

El Corazón del Video

Marino Diógenes Rosero
Calle Central
Mocoa, Putumayo

El Inquilino Comunicaciones

Andrés Romero
Calle 60 no. 10-31, 204
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 249 0882
fax 91 249 0882

ENDA América Latina

Mauricio Beltrán
Calle 33 # 16-22
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 88 28 76 2 85 39 49
fax 91 2 8525 67

ENVISION Envigado Televisión

Gonzalo Santamaría Incapie
Transversal 35 D Sur # 32-94 Envigado
Envigado, Antioquía
94 2 76 25 08

- Produzco video de temas sociales, históricos con el fin de tener un registro filmico de la comunidad.

ETNOS T.V.

Alejo Santamaría
Carrera 50 # 60-50 A.A.612
Medellín, Antioquia
tel 94 2 54 22 77
fax 94 3 11 08 88

- ETNOS T.V. realiza trabajos de video articulados a investigaciones y a Educación, se centra en el tema antropológico y ecológico. También vende servicios de edición, cámara y transfer.

Experimental en Video Colectivo

Luz Marina Montilla Montaña, Gonzaga Castro
Calle 46 #12-28 Los Naranjos
Dosquebradas, Risaralda
tel 963 326257

Facultad de Medicina UniAntioquia

Alberto Duque
Carrera 51 D # 62-29
Medellín, Antioquia
tel 94 2639978 2635411 Ext. 179-147

- Somos un centro que busca la capacitación de los profesionales de la Facultad de Medicina del área de la salud y en éste año la capacitación de todos los profesionales de la Universidad, en diseño de ambientes de aprendizaje, en uso de medios para la producción e instrucción audiovisual. El objetivo fundamental en la producción es más la capacitación que la producción misma. De tal manera que los profesionales participantes terminan su video y quedan capacitados para escribir sus guiones literarios, se trata de forjar una nueva visión del docente que sea bien recibida por los alumnos.

Fe y Alegría de Colombia

Amanda Bravo
 Diagonal 34 (Carrera 5a.) # 4-94
 Bogotá, Cundinamarca
 tel 91 2 88 72 11
 fax 91 2 45 40 62

- Fe y Alegría Internacional fue fundado en 1955 por el Jesuita chileno José María Velas, en Colombia funciona desde 1971, es una fundación que hace educación popular, no formal y formal en 68 centros educativos. Alfabetiza, hay escuelas para padres, enseña Artes y Oficios, asesora a organizaciones comunitarias, a 37 hogares infantiles con el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, tiene 15 Centros de Atención de Salud. En lo referente al video el trabajo se centra en el tema de la cultura de la salud, y jóvenes que reflexionan acerca de la violencia, su influencia y posibles soluciones.

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

Nicolás Osorio
 Calle 73 no. 8-13, piso 5B
 Bogotá, Cundinamarca
 tel 217 0600
 fax 217 1021

FEDI U. Industrial de Santander

Carrera 27 Calle 9 Ciudad Universitaria
 Bucaramanga, Santander
 tel 976 45 91 90 34 23 112
 fax 976 35 10 90

Fiel Imagen T.V.

Franklin Chaparro
 Diag. 9 F # 47-52
 Bogotá, Cundinamarca
 tel 91 2 61 91 24
 fax 91 2 61 89 07

Fundación Arcos

Conchita Guerra
 Carrera 25 # 140-91 Interior 6
 Bogotá, Cundinamarca
 tel 91 2 74 76 58

Fundación Carvajal Programa Educativo

Marcela Chaves
 Avenida 2 Norte # 2-22
 Cali, Valle
 tel 923 67 29 44
 fax 923 67 33 77

Fundación Cine Cultura

Martha Triana y/o Andrés Marroquín
 Calle 24 # 6-51 Oficina 202
 Bogotá, Cundinamarca
 tel 91 2 43 49 35
 fax 91 2 18 62 28

- La Fundación Cine Cultura nace cuando un grupo de profesionales trabajadores de la imagen, deciden conformar un equipo bajo la premisa de que los medios audiovisuales constituyen una expresión fundamental de la cultura, sus formas de vida, su entorno natural sus valores y conquistas. trabajando en tres campos básicos del medio audiovisual : producción, distribución y exhibición, desde el momento de su creación los objetivos se han encaminado a la utilización de la imágenes y el recurso audiovisual como medios de educación, formación, expresión y recreación.

Fundación Cine Documental

Martha Rodríguez de Silva
 Carrera 8a. # 65-99 Apartamento 101
 Bogotá, Cundinamarca
 tel 91 2 11 79 94
 fax 91 2 11 79 94

- La Fundación Cine Documental- Investigación Social se inició en 1966 produciendo películas en Cine de carácter de denuncia de problemas sociales. En 1992 inició trabajos de video patrocinado por la UNESCO dentro del programa Decenio Cultural: formación de indígenas en el conocimiento de medios alternativos. Actualmente la fundación presta asesoría a indígenas en producción de videos.

Fundación Cine Mujer

Eulalia Carrizosa / Clara Riascos
 Avenida 25 C # 4A-24 Oficina 202
 Bogotá, Cundinamarca
 tel 91 3 42 61 84 2 86 75 86
 fax 91 2 86 75 86

- La Fundación Cine Mujer produce y distribuye videos enfocados a mejorar la condición de la mujer.

Fundación para el Fomento de la Educación Popular y la Pequeña Industria FEPI

John Jaime Sepúlveda
Calle 108 B # 43A-005 A.A. 67703
Medellín, Antioquia
tel 94 2 58 65 32

Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano

Jorge Nieto, Claudia Triana
Carrera 13 # 13-24 Piso 9, Auditorio
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 81 52 41 2 83 64 96 3 42 51 82
fax 91 3 42 14 85

Fundación Social Programa Integral Comunitario

Calle 59 # 10-60 Piso 6
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 49 73 52

Fundación Teatral Kerigma FUIITEK

Albeiro Castelblanco
Carrera 12 # 11-76 Barrio La Despensa, Bosa
A.A. 74907 Cazuca
Bogotá
Cundinamarca
tel 91 7 76 46 32 7 77 79 80

FUNDEIN

Guillermo Parra, Nelly Garzón y Virginia Parra
Apartado Nacional 035
Fusagasugá, Cundinamarca
tel 91 867 4265

Gabriel Guevara Peña

A.A. 033956
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 46 56 46

- Producción de videos sobre la no-violencia en Colombia.

Grupo Taller Cine

Hugo González
Calle 53 no. 50-11, piso 2
Barranquilla, Atlántico
tel 958 312734
fax 312734

Imágenes Producciones Ltda.

María Lilia Pérez Gerente
Calle 42 # 81-28
Medellín, Antioquia
tel 94 250 32 27 2 50 27 21
fax 94 2 50 27 21

- Imágenes es una empresa programadora de televisión regional que cuenta con un equipo de profesionales comunicadores todos especializados en temas agropecuarios y de moda que son los temas sobre los que producimos videos.

Instituto de Cultura y Bellas Artes

Benjamin Casadiego
Calle 10 # 13-64
Ocaña, Norte de Santander
tel 974 62 36 27 62 37 11
fax 974 62 56 82

- El Instituto de Cultura de Ocaña realiza trabajos de video con niños en edades comprendidas entre los 9 y 14 años . El trabajo se desarrolla todos los sábados y allí pretendemos recuperar modos de comunicación a través de actividades lúdicas (expresión corporal, juegos cuentos, pinturas) que conducen a pequeños cortos en video producidos por los mismos niños.

Instituto de Cultura y Turismo del Meta

Ramón Dario Vergel
Gobernación del Meta
Villavicencio, Meta
tel 9866 23 939
fax 9866 26 422

Instituto Popular de Capacitación

Mónica Sepúlveda y/o Fernando Tapias
Carrera 46 # 61-62
Medellín, Antioquia
tel 94 2 54 41 15 94 254 70 65
fax 94 2 54 55 32

Junta Comunal Barrio Villamar Fontibón

Miguel Ballen
Carrera 95 # 29-40
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 4 15 64 86 Oficina 4 13 64 63

- La junta de acción Comunal del barrio Villamar tiene como propósito prestar el servicio de canal comunal al barrio.

Mali Producciones

Junior Steven Bravo
Cra. 59 no. 82-09
Barranquilla, Atlántico
tel 958 357020

Margarita Cepeda Producciones

Margarita Cepeda
Cra. 74 no. 81-68, of. 01
Barranquilla, Atlántico
tel 958 561394

- Realizamos videos periodísticos y empresariales.

Maya Televisión

Weimar Muñoz Castillon
Calle 35 # 43 B 16
Medellín, Antioquia
tel 94 265 53 08 2 65 53 09 2 65 64 77
fax 94 2 65 64 57

- Maya Televisión produce videos institucionales, promocionales para la empresa privada y realiza programas para el canal regional.

MC Producciones

Miguel Mendoza
Cra. 26 C 7 no. 73 44
Barranquilla, Atlántico
tel 346522

Museo de Antioquia

Marcos Vega
Carrera 52 # 51 A-29
Medellín, Antioquia
tel 94 251 36 36

- El Museo de Antioquia se dedica a programar exposiciones de pintura, escultura, fotografía y exhibe cintas en la cinemateca.

Noticiero ATV

Nelson Armando Esquivel
Manzana 33 # 5 8a. Esperanza
Villavicencio, Meta
tel 9866 22771 36869

Ojo Mágico Audiovisuales

Juan Carlos Quintero, Nelson Ronderos
Carrera 66 A # 64-08 A.A. 59472 Bogotá
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 40 65 27

Ojo Sin Párpado INEM Kennedy

Andre del Pilar Guerrero
INEM Cooperativa de Estudiantes
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 65 47 28

Organización Recreativa Ocupacional "O.R.O"

Gentil Erazo Arcos
Carrera 17 # 2-26 Avenida Panamericana
Popayán, Cauca
tel 928 21 01 10

Pablo Hernando Parra

Cll 63 E no. 34-24
Bogotá, Cundinamarca
tel 221 7601 222 7048

- Es un centro especializado en video arte, video musical, video alternativo.

Pontificia Universidad Javeriana

Gloria Marina Rojas
Calle 18 # 118-250 Vía a Pance
Cali, Valle del Cauca
tel 923 55 28 28
fax 923 55 21 80

PRO T. V. Regional

Werner Cárdenas Rafael Pardo
Calle 36 # 23-17 Apartamento 302 Bonanza II
Villavicencio, Meta
tel 9866 23537

Producciones París y Benavides Ltda.

Germán París
Calle 69 #10-77
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 57 31 05 2 49 92 82

Producciones Tele-Printer

Joaquin Forero Andrés Forero Yohana Camargo
Carrera 20 # 1D 34
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 21 20 31 2 33 02 03

Proyecto NORSALUD-GTZ

Carlos Carrillo Pérez
Avenida 2a. #12-35
Cúcuta, Norte de Santander
tel 975 71 74 01
fax 975 71 74 01

- El Proyecto de Atención Primaria de Salud, NORSALUD fue diseñado para las zonas marginadas de los municipios de Cúcuta y los Patios y es ejecutado por el Servicio Nacional de Salud NORSALUD y con la cooperación técnica alemana GTZ. Se inició en 1989 y está planificado hasta finales de 1994. Cuenta con 15 módulos de cada uno se hace un video con el objeto de que estos módulos sean replicados en otras zonas, de esta manera se les capacita.

Rafael Salamanca

Calle 48 # 30-61
Villavicencio, Meta

Ricardo Gómez

Calle 55 no. 5-04, 502
Bogotá, Cundinamarca
tel 217 0430
fax 312 6313

Sara Bright

Carrera 5 # 26 A - 08 Of. 404
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 45 94 91

Soy una productora independiente que realiza videos didácticos ó educativos sobre temas como la mujer, la salud reproductiva y afines.

Sección de Ayudas Educativas U. de los Llanos

Jairo Ruiz Arturo Arango
A.A.2621
Villavicencio, Meta
tel 9866 31291

SENA Gestión de Recursos Didácticos

Diego Lenis Vallejo
Calle 52 # 2 Bis-15 Salomia
Cali, Valle
tel 923 46 48 47 46 71 95 Ext. 382 385
fax 923 47 10 74 84 60 24

- El Grupo de Gestión de Recursos Didácticos del SENA tiene como objetivo producir televisión educativa para apoyar los procesos de formación profesional que el SENA imparte a nivel nacional y también apoya el desarrollo comunitario.

SENA Regional Antioquia- Chocó

María Teresa Camargo
Calle 51 # 57-70
Medellín, Antioquia
tel 94 51 10 965
fax 94 2 51 43 32

SENA Regional Bogotá- Cundinamarca

Lorenzo Lenci Coordinador
Calle 54 # 10-39 Piso 7
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 49 75 08
fax 91 2 17 86 80

Servicio Colombiano de Comunicación

María de Pilar Martínez
Carrera 16 # 339A-78
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 87 12 87 245 45 71
fax 91 2 88 15 81

- El Servicio Colombiano de Comunicación es una organización no gubernamental cuyo objetivo es contribuir, a través de procesos educativos, a la concientización y mejoramiento de la calidad de vida de los sectores sociales más desfavorecidos.

Sol de Tres Comunicaciones

María Eugenia Hernández
Calle 5 # 25-63
Cali, Valle
tel 923 56 13 16

- Sol de Tres Comunicaciones es una empresa dedicada al servicio de la comunicación, diseña, produce y ejecuta estrategias comunicativas a nivel empresarial, cultural y educativo.

Surgir

Elsi Echavarría García
Calle 55 #45-30
Medellín, Antioquia
tel 94 5 13 05 15
fax 94 5 13 13 29

Susana Silva y Asociados

Susana Silva
Carrera 10 # 96-25 Oficina 211
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 6 10 24 20
fax 91 6 10 24 03

T.V. CASA Canal Comunitario Barrio López de Mesa

Idalia Zapata
Calle 80C # 75-19
Medellín, Antioquia
tel 94 2 57 05 87

- En el Canal se pasan programas comunitarios y noticieros.

Tecnología y Comunicaciones

Alba Cecilia Camelo
Calle 147 # 20-21
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 16 92 38 6 15 79 87

Tele-Quibdó

José Lorenzo Bejarano, Asesor de Prensa.
Luis Jafelt, Director del Canal
Carrera 2 # 24-12 Palacio Municipal de Quibdó
Quibdó, Chocó
tel 949 71 21 86 71 13 02

- Tele-Quibdó es un canal de televisión local adscrito al Municipio de Quibdó. Su función consiste en entregar a los quibdoños la transmisión de eventos especiales de distinto orden y producción de programas sobre los eventos que se realicen en Quibdó y el resto del Departamento de Chocó y que sean de interés general.

Teleapartadó

Fernando Fergusson
Apartadó, Antioquia

- No retransmite de parabólica sino de cadenas nacionales y de programación independiente y cultural. Canal de la Diócesis.

TELECAFE

Luis Fernando Cardona Relacionista
Edificio Empresas Manizales, Parque de Caldas, Piso 5.
Manizales, Caldas
tel 968 84 56 78 84 62 70
fax 968 84 46 23

- TELECAFE es la organización regional de televisión del eje cafetero (Quindío, Caldas y Risaralda) tiene una cobertura de tres millones de habitantes, su objetivo es integrar a las gentes de éstas regiones a través del rescate de sus valores culturales. La empresa es patrimonio de los tres departamentos.

TELECARIBE LTDA

Ivan Barrios Mass, Julio Chorri, Jaime Abello
Carrera 54 # 72-142 Piso 3
Barranquilla, Atlántico
tel 958 58 22 97 45 48 82
fax 958 56 09 24

- TeleCaribe es una empresa comercial del Estado, canal regional de la costa atlántica.

Telemundo Cháves Ltda.

Sandra Bernal
Carrera 28 # 1 A 04
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 37 34 88

- Telemundo Cháves es un canal comunitario que tiene por objetivo prestar un servicio a la comunidad llevan a sus casas el servicio de televisión internacional.

TELEPACIFICO

Luz Adriana Latorre, Coordinadora de Producción
Calle 5 # 38 A 14 Centro Comercial Imbanaco Piso 3
Cali, Valle
tel 923 58 99 33 5895 13 580506
fax 923 56 30 02

Teletumaco

Tulia Carabali, Oscar Mora
Alcaldía Municipal
Tumaco, Nariño

- Transmiten actos públicos de promoción al alcalde municipal.

TELEUIS Univerdad Industrial de Santander

Jorge Ardila Marín
Ciudad Universitaria A.A. 678
Bucaramanga, Santander
tel 976 35 10 88
fax 976 35 19 46 35 10 90

TEVE ISTMINA

Antonio Sánchez
Alcaldía de Istmina
Istmina, Chocó
tel 949 70 20 48 702082 702048 702081

- Es una opción cultural de comunicación que tiene como objetivo informar, recrear la comunidad.

Tierra a la Orden

Alvaro Moreno
Calle 34 # 6-59 Ap 602
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 87 59 18

- Artista Multimedia (Video Musical y Animación) que utiliza el video para integrar los diferentes campos como la música y el pensamieto.

Touch Producciones

Jorge Andrés Ramírez
Cra. 26 B2 no. 72C-55
Barranquilla, Atlántico
tel 958 458227

Triple A Comunicaciones

Gabriel Botero, Subgerente
Circular 73 A # 38-70 oficina 202
Medellin, Antioquia
tel 94 2 50 44 43
fax 94 4 11 27 902

- Triple A Comunicaciones realiza videos institucionales y alquila equipos de 3/4 y servicio de transfer.

U.D.O. Producción y Comercialización

Ramiro Franco Varela
Cra. 54 no. 72-142, piso 10
Barranquilla, Atlántico
tel 958 45 4882
fax 958 454882

U. de Caldas - Centro de Recursos Educativos

Luis Fernando Escobar
Calle 65 #26-10A.A. 275
Manizales, Caldas
tel 968 86 20 46
fax 968 86 25 20

- El Centro de Recursos Educativos de la Universidad de Caldas produce videos educativos para la Universidad y el sector educativo, y también para el Canal Regional Telecafé.

UAO - U. Autónoma de Occidente, Comunicación Social

Luis Ronderos, Gloria A. Chanduvi
Calle 9 B # 29A67 Barrio Champagnat
Cali, Valle
tel 923 56 54 15 5654 44 ExL 206 6 259
fax 923 5812 33

Unidad Coordinadora de Prevención Integral

Alvaro Rodríguez Harold Moreno
Calle 13 # 3-07
Bogotá, Cundinamarca
tel 2 84 70 54

UNIMAR T.V. Universidad Mariana

Luis Hugo Noguera
Calle 18 # 34-104 A.A. 811 de Pasto
Pasto, Nariño
tel 927 23 83 64 22 35 02
fax 927 23 08 74

- La principal proyección de la Universidad Mariana es la próxima fundación de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, y el objetivo en parte es que los estudiantes aprendan a hacer video educativo.

Univalle-Centro de Producción en Comunicación

José Hleap
Ciudad Universitaria Melendez, Edif. 383, piso 5
Cali, Valle
tel 923 315 486 309 695
fax 315 486

Universidad Abierta U. Javeriana

John Sánchez
Carrera 7a. # 41-00
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 85 22 72

Universidad de Manizales

Jorge Enrique Sánchez Suárez
Carrera 9 #19-03
Manizales, Caldas
tel 968 84 14 50 Ext.238
fax 968 84 14 43

Universidad del Norte

Jose L. Gómez Angel
Calle 59 no. 41-56
Barranquilla, Atlántico
tel 958 41 4750

Universidad del Valle Televisión

Diana Vargas
Universidad del Valle Meléndez Edificio del CREE-UVTV
Cali, Valle
tel 923 30 67 21 3914 45
fax 923 39 85 02

Universidad Surcolombiana

Benjamín Alarcón Yustres
Carrera 1a. Avenida Pastrana
Neiva, Huila
tel 988 74 54 44
fax 988 74 54 43

- La función del Centro de Recursos Educativos es administrar la producción y uso de ayudas educativas, así como los recursos físicos e infraestructurales.

Universidad Tecnológica de Pereira

Bernardo Villada Hernández Gonzaga Castro Arboleda
A.A. 3550
Pereira, Risaralda
tel 963 35 27 81 Ext. 47

Veracruz T.V. Cable

César Augusto Calle, Gerente de Programación
Calle 19 A # 27-250 Variante Loreto A.A. 10541
Medellín, Antioquia
tel 94 2 16 16 66
fax 94 2 16 06 06

- El objeto principal de Veracruz T.V. Cable es dar entretenimiento a las familias suscritas.

VHF Producciones

Hernando Moreno Beltrán
Carrera 13 # 64-16 Oficina 317
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 2 35 92 76 Buscapersonas 693000 Código 4668

VideoCentro Ltda.

Giuliano Seni, Ricardo Chahin
Cra. 22 no. 17A-2º
Santa Marta, Magdalena
tel 203648

VideoProducciones

Harold Salazar
Cra. 48 no. 72-25, of. 401
Barranquilla, Atlántico
tel 958 568362

Visión Mundial Internacional

Adriana Kuhar
Calle 13 # 6-82 Piso 3
Bogotá, Cundinamarca
tel 91 1 86 03 77
fax 91 3 34 46 76

Indice de Videotecas

Area Cultural Banco de la República
ASACOM
Asoc. para la Educación de los Trabajadores
Asociación Nacional de Usuarios Campesinos
Canal Local Unidad Residencial Altamira
Carhfoz- Comunicando
Carrera de Cine y Televisión U. Nacional
Centro Cultural Ignacio de Loyola -CECIL-
Centro de Apoyo a la Mujer y al Infante CAMI
Centro de Comunicación Educativa Audiovisual CEDAL
Centro de Comunicaciones SENA Regional Cauca
Centro de Medios Audiovisuales U. Javeriana
Centro de Producción y Asesoría en Comunicación UNIVALLE
Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano CINDE
Centro Labuach de Educación Popular de Adultos CLEBA
Centro Popular para América Latina de Comunicación CEPALC
Centro Prod. Audiovisual U. Pontificia Bolivariana
CETEC
CIDESCO
Cine Club La Calle
Cine Club Universidad del Tolima
CINEP
Citurna Producciones
Colegio Hebreo
COMFAMILIAR Risaralda
Corp. Antenas Parabólicas José Félix Restrepo
Corp. Penca de Sábila Ecológica
Corporación Vamos Mujer
Costavisión T.V. Cable
Cruz Roja Colombiana
Christian Children's Fund.
El Corazón del Video
ENDA América Latina
ENVISION Envidado Televisión
ETNOS T.V.
Facultad de Medicina UniAntioquia
FEDI U. Industrial de Santander
Fundación Carvajal Programa Educativo
Fundación Cine Cultura
Fundación Cine Documental
Fundación Cine Mujer
Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano
Fundación Social Programa Integral Comunitario
Imágenes Producciones Ltda.
Maya Televisión
Pablo Hernando Parra
Pontificia Universidad Javeriana
Producciones París y Benavides Ltda.
Proyecto NORŞALUD-GTZ
Sección de Ayudas Educativas U. de los Llanos
SENA Gestión de Recursos Didácticos
SENA Regional Antioquia- Chocó
SENA Regional Bogotá-Cundinamarca

Servicio Colombiano de
Comunicación
Surgir
Susana Silva y Asociados
T.V. CASA Canal Comunitario
Barrio López de Mesa
TELECARIBE LTDA
TELEPACIFICO
TELEUIS Univerdad Industrial de
Santander
TEVE ISTMINA
Triple A Comunicaciones
U. de Caldas - Centro de Recursos
Educativos

UAO, Programa de Comunicación
Social
Unidad Coordinadora de Prevención
Integral
UNIMAR T.V. Universidad
Mariana
Univalle-Centro de Producción en
Comunicación
Universidad Abierta U. Javeriana
Universidad de Manizales
Universidad del Valle Televisión
Universidad Surcolombiana
VHF Producciones
VideoProducciones



Segunda Parte: El Movimiento Latinoamericano de Video

Primer Encuentro Latinoamericano de Video Santiago de Chile 88

Manifiesto de Santiago

Reunidos en Santiago de Chile, en abril de 1988, en el Primer Encuentro Latinoamericano de Video, los videastas argentinos, brasileños, bolivianos, chilenos, peruanos y uruguayos, reafirmamos en este documento las reflexiones que animan nuestro trabajo.

Muchas de las afirmaciones que aquí se expresan deben ser consideradas más como desafíos que como realidades ya alcanzadas.

Antecedentes y sirven de base a este manifiesto, diálogos y búsquedas anteriores llevadas a cabo en diversos festivales, seminarios y encuentros realizados en diferentes países de América del Sur, América Central y el Caribe.

Emerge el Video

En América Latina y el Caribe observamos un creciente desarrollo y uso del video, como medio específico.

Este fenómeno tiene una raíz en el desarrollo tecnológico y en la extensión de la industria transnacional del cine, la TV como también en la expansión de los satélites de comunicación, la cibernetica y la telemática, como fenómenos particulares del desarrollo científico y tecnológico de finales del siglo XX.

Advertimos en el desarrollo científico un maravilloso adelanto de la proximidad del Siglo XX: advertimos también que la tecnología puede servir para dominar o para liberar.

En América Latina, otra raíz que explica la emergencia y desarrollo del video, es su creciente uso social y comunitario, en contraposición y alternativa a la lógica transnacional de privatización de uso del video. En el caso particular del continente, nuestros pueblos han desarrollado su capacidad de expresión y

creación autónoma, otorgándole al video un empleo social y comunitario confiriéndole un carácter distinto, liberador.

En una región que ha estado marcada por la dominación, el autoritarismo y la expresión, constatamos el uso creciente del video por cientos y cientos de grupos animados por una vocación democrática. Su trabajo ha servido para que nuestros pueblos aparezcan por fin en las pantallas como protagonistas del tiempo que viven y del tiempo al que aspiran. Vemos que nuestros pueblos se expresan cada vez con más fuerza en el plano artístico, social, político, comunicativo y cultural, a través del video.

Este fenómeno se ha dinamizado en los recientes procesos de democratización de algunos países e incluso, ha tenido un fuerte desarrollo en las experiencias autoritarias que aún permanecen en el continente.

Un Movimiento Latinoamericano

Nos reconocemos como parte de un vasto y variado Movimiento Latinoamericano de Video, que surge y se extiende en la última década. Vemos que este movimiento de Video se expresa en diversos géneros y consideramos indispensable estimular esa diversidad expresiva (argumental, documental, video clip, ficción, etc.) de la misma forma que propiciar el desarrollo del lenguaje específico del video.

Consideramos que lo que fortalece este movimiento es precisamente su diversidad, su pluralidad y su búsqueda creativa. En esta diversidad, el Movimiento de Video, se inserta también en una perspectiva estratégica de cambio y profundización de los procesos democráticos del continente.

Lo anterior implica fortalecer su voluntad de construir auténticos procesos de comunicación en interlocución creciente con el movimiento social y sus organizaciones, especialmente las de ámbito popular. Si bien las producciones de video son marginales en relación a la industria cultural, se ubican en el centro de las dinámicas de transformación de nuestras sociedades. Desde allí ellas intentan contribuir a potenciar el protagonismo del movimiento social en los procesos de democratización.

Rescatando la historia y la memoria colectiva de América Latina y el Caribe, más allá de la denuncia, imaginando su futuro anunciando los valores de las alternativas y esperanzas que surgen hoy, desde la vida cotidiana de nuestros pueblos.

Las diversas experiencias de trabajo con el video que conforman este Movimiento han ido construyendo sus rasgos propios y característicos. Sin embargo, ellas se reconocen también como prácticas en permanente renovación que proponen estar en diálogo con sus respectivas realidades para asumir los nuevos desafíos que desde allí emergen.

Desde una perspectiva general, el Movimiento Latinoamericano de Video enfrenta hoy tres desafíos simultáneos:

- Consolidar sus propuestas de trabajo, tanto al nivel conceptual como en el de las aplicaciones concretas.

- Profundizar la interlocución tanto con las realidades y organizaciones con las cuales se vinculan, como entre las distintas experiencias, a fin de establecer un diálogo que enriquezca a cada una de las prácticas que se llevan a cabo por todo el continente.
- Concretar sus esfuerzos, tanto a nivel nacional como regional, para superar la fragmentación y explorar mecanismos de acción común.

Una Producción Renovada e Integradora

Una doble realidad anima la producción del video. Por una parte, el video recibe un lenguaje y una técnica desarrolladas por los medios que lo antecedieron, en especial por el cine. América Latina ha conocido un importante movimiento cinematográfico que refleja su carácter tercermundista, que quedó plasmado hace 21 años en el Encuentro de Cineastas Latinoamericanos de Viña del Mar.

A partir de esta rica herencia, es que el video latinoamericano busca renovar las posibilidades expresivas del lenguaje audiovisual a través de sus rasgos específicos. Así, nuestra búsqueda formal y de contenido se anima tanto por el rescate de la memoria histórica en el terreno audiovisual, como por las exigencias de responder a los desafíos presentes y futuros.

Dicha exploración se funda también en la interlocución, evitando formalizaciones carentes de sentido comunicativo. Aspira a una propuesta integral que sintetice las diferentes dimensiones expresivas, uniendo lo racional y lo emocional; la reflexión y la entretención; lo analítico y lo recreativo; lo local y lo global; lo individual y lo colectivo; la información y la poesía. Esta opción de búsqueda se convalida por las crecientes exigencias de los usuarios del video, que quieren verlo en constante crecimiento y renovación.

Por otra parte, constatamos que el Movimiento del Video es desigual en recursos, tecnología, formación y experiencia. Advertimos con satisfacción que el video es un medio al que día a día se incorporan nuevos realizadores y usuarios en búsqueda de espacios y posibilidades para la expresión de sus necesidades.

Así, cada experiencia se gesta a partir de circunstancias locales a veces difíciles pero que, al mismo tiempo, le permiten al video insertarse en realidades múltiples y diversas. De allí surge una producción de carácter más artesanal pero necesaria, creando más amplios márgenes de acción que permite la espontaneidad de creadores y usuarios. Creemos que estas experiencias son tan legítimas como las de carácter profesional, y también forman parte del conjunto del Movimiento. Consideramos que estos esfuerzos deben contar con el apoyo de las productoras profesionales a fin de ir superando en conjunto su precariedad. En este sentido, son importantes las iniciativas para llevar adelante programas de formación y capacidad permanentes, realizados desde la óptica del proceso de producción. Es por esto que estimamos necesario que los organismos de videastas desarrollen esfuerzos para la transferencia de la experiencia acumulada. Esa línea de trabajo debe intentar adecuarse a las necesidades específicas que las circunstancias demanden y estimular el fortalecimiento de las capacidades de expresión de nuevos productores y usuarios.

La Construcción de un Espacio Propio

En el plano de la distribución y de la difusión, las experiencias de video buscan llegar al público más amplio y numeroso posible. Sin embargo, también asumen que el criterio de la masividad no es el único que orienta la acción en este terreno. Resulta igualmente importante velar por el carácter y la calidad de la relación con los usuarios. Por ejemplo, es preciso estimular la intervención creativa de los públicos en el momento de la recepción. Uno de los factores más importantes a tener en cuenta es el que las actividades de distribución y difusión pueden llegar a convertirse en ricos mecanismos de interlocución entre los distintos actores ligados al mundo del video.

La distribución, según las circunstancias, adopta diversas formas. Todas ellas son valoradas positivamente en cuanto responden a condiciones específicas de trabajo y modos particulares de relacionarse con los públicos. Entre otras cabe destacar los video-foros; las unidades móviles de exhibición; las videotecas, especialmente cuando están descentralizadas; las suscripciones a producciones regulares; los convenios con organizaciones populares, etc. En este terreno las productoras tratan de desarrollar sistemas de distribución diversificados y complementarios.

A través de estos mecanismos, entre otros, el video logra construir espacios propios a los cuales concurren los diversos actores de este medio: productores, realizadores, distribuidores, monitores de video-foros, animadores culturales, investigadores, usuarios, organizaciones populares, etc. En tales espacios ellos se articulan gestando dinámicas de expresión y participación en los sectores populares, constituyendo éste uno de los rasgos más característicos del video.

Las propias organizaciones populares son, al mismo tiempo, los canales de distribución, creándose así fuertes vínculos entre realizadores, usuarios y demás componentes del mundo del video.

Los sistemas de distribución nacen y se insertan en dinámicas sociales específicas, desarrollándose a partir de las organizaciones que el movimiento social se ha dado. Esto abre la posibilidad de una gestión conjunta por una parte de las productoras y las organizaciones populares, de los sistemas de distribución. Asimismo, la sistematicidad de las exhibiciones crea interesantes lazos entre realizadores y usuarios, abriéndose allí posibilidades de interlocución y retroalimentación. Resultan también interesantes los esfuerzos dedicados a descentralizar los sistemas de distribución, estimulando una mayor autonomía de las organizaciones sociales en este terreno, según sus necesidades e intereses.

Un Estímulo a la Producción y a la Participación

Los usuarios del video son principalmente sectores populares, con diversos grados de organización. Si bien las productoras intentan ampliar y diversificar los públicos, su propósito fundamental es el de profundizar su relación con los usuarios estimados como prioritarios.

En relación a los usos predominantes del video, los esfuerzos se dirigen a provocar un diálogo entre los públicos a fin de estimular una reflexión colectiva,

fortaleciendo sus capacidades de expresión y participación. De esta manera, se quiere contribuir al desarrollo de una conciencia crítica que se exprese en una acción transformadora de la realidad en todos los planos, que asuma también las necesidades de recreación, juego y placer de las personas. A partir de esta opción las producciones intentan expresar un trabajo comunicativo integral. Este, lejos de ignorar o cercenar diversas dimensiones de la persona, busca su integración. Así, la lucha por organizarse en la defensa de los derechos no aparecen como excluyentes de los desafíos cotidianos en el terreno de la comunidad local, las relaciones humanas, los sentimientos, la diversión, etc. Estos distintos aspectos forman parte de la vida de las personas y el video, y su producción, en vez de parcelar o no reconocer esta pluralidad, busca integrarlas, evitando estereotipos que, finalmente, no interpretan las personas reales y concretas o suponen concepciones muy rígidas de ellas.

Por el contrario, al integrar los aspectos colectivos e individuales, globales y locales, racionales y emocionales, de acción y de recreación, las producciones lograrán un nivel más alto e integral de comunicación, fortaleciendo las capacidades organizativas y expresivas, reflexivas y movilizadoras de lucha y de placer, puestas en función de una transformación liberadora y humanizadora de la realidad en todos sus planos.

En este sentido el video presenta diversas experiencias de trabajo que no constituyen opciones excluyentes de las otras sino complementarias para desarrollar una comunicación multifacética e integral.

Por otra parte, tales esfuerzos parten de la base de que la cultura de la imagen vigente entrega una determinada codificación, unas formas específicas de expresar y percibir la realidad, de la cual obviamente no están excluidos los interlocutores del video. Por lo tanto, este medio no puede desconocer esta realidad e ignorar los condicionamientos impuestos a cualquier tipo de comunicación e interacción con las exigencias de los planos de la educación y de la organización social.

En el campo de la retroalimentación, la mayoría de las experiencias de video se esfuerzan por obtener información relacionada con las percepciones y opiniones de los usuarios frente a diversos aspectos.

Los intercambios en el terreno de los temas, contenidos, lenguajes, formatos, géneros narrativos, etc., forman a menudo parte de un enriquecedor diálogo entre realizadores y público.

El criterio fundamental que anima estos esfuerzos, conjuntamente con detectar sus percepciones, es el de conocer necesidades concretas de los usuarios y evaluar la forma en que los procesos de comunicación con el video, pueden contribuir a crear condiciones para enfrentarlas.

Este aspecto del trabajo es decisivo para realizar avances sustantivos en el desarrollo creciente de una retroalimentación que refresque las distintas etapas y dimensiones del trabajo con el video.

En suma, se trata de llevar adelante una reflexión y un diálogo tanto sobre la realidad como sobre las propias prácticas comunicativas, sus objetivos y contenidos, la cual inaugura nuevos medios sin clausurar los pre-existentes.

asumiendo tanto el espacio común en constante expansión como su capacidad de profundizar en procesos concretos y específicos de comunicación.

A partir de esta aproximación los videastas buscan la construcción de vínculos de trabajo complementarios que sitúen los esfuerzos del cine, la TV y el video en un marco de acción común.

Diversidad y Concertación

La forma en que se ha desarrollado el Movimiento del video ha contribuido a generar múltiples experiencias en búsqueda de consolidación. De esta manera, las realidades locales se han enriquecido y los limitados medios de producción se han fortalecido. Dentro de este marco general, las experiencias de video reconocen su diversidad como un valor. Diversidad que ya es una característica del medio y uno de sus aportes a la comunicación. Ello se expresa en los actores sociales con los que trabaja, en las particulares formas de actuar según las realidades en que se inserta y también en los estilos, lenguajes, tipos de producción, temáticas, géneros y contenidos a los que recurre. Resulta, por tanto, necesario profundizar el pluralismo de experiencias evitando innecesarias homogeneidades tanto a nivel conceptual como en el de las aplicaciones concretas.

Por otra parte, también constatamos la existencia de una búsqueda de concertación que intenta superar el aislamiento producido en un primer momento. Así, se trata de contribuir a un necesario intercambio de experiencias y de establecer una adecuada interlocución entre sus partes. Además, tales esfuerzos buscan también a los otros medios de comunicación y al mundo social, político y cultural, de modo que el video profundice su plena y específica ubicación animado por el sello de la concertación.

Este proceso busca obtener un adecuado equilibrio entre, por una parte, la coordinación que caracteriza a un movimiento y, por otra, la horizontalidad y flexibilidad que debe animar la constitución de una fluida y permanente red de intercambios bilaterales y multilaterales. La constitución de Movimientos estimula y orienta el trabajo de las redes y la Red induce la concertación de movimientos.

El Movimiento de Video se propone vincular intereses comunes construyendo locales y extendiendo las relaciones al ámbito regional.

Algunas de las tareas específicas que deben asumir el conjunto de las experiencias de video son:

- crear espacios de reflexión en el ámbito local y nacional.
- estimular el intercambio de información sobre las producciones, la distribución y los usuarios;
- cooperar en el terreno de la realización y de co-producciones
- intercambiar información sobre innovaciones tecnológicas
- establecer intercambios regionales
- procurar un diálogo con organismos sociales, políticos, culturales y con las asociaciones de cine y TV.

- concertar programas formativos y de capacitación en el uso del video y en el desarrollo de una lectura crítica de la imagen
- realizar festivales, seminarios y encuentros en los que se pueda informar de lo avanzado y profundizar la concertación.

Constatamos la existencia de distintos grados de concertación, observando con interés tanto las relaciones bilaterales como multilaterales a nivel local, nacional, subregional y continental.

Recomendaciones

Los videastas reunidos en el Primer Encuentro Latinoamericano recomiendan los siguientes pasos a emprender en conjunto:

- Incrementar el intercambio de materiales y productos de video aprovechando los espacios y estructuras existentes, tanto a nivel nacional como regional. Este intercambio requiere de un tipo de organización en que las partes puedan relacionarse horizontalmente, avanzando en grados crecientes de concertación. Estos canales de intercambio serán útiles para permitir una fluida reflexión y crítica sobre los materiales producidos, en la perspectiva de sistematizar las experiencias de uso del video.
- Incentivar en cada país la creación de una instancia de interlocución local, de acuerdo al desarrollo y los ritmos de trabajo alcanzados por las experiencias de video, facilitando así un mejor diálogo regional.
- Respalda aquellas asociaciones de video e instituciones que trabajan por desarrollar un intercambio regional. Además, promover la elaboración de catálogos actualizados que circulen tanto a nivel nacional como regional.
- Elaborar estrategias de coordinación regional en próximas reuniones, apoyando también articulaciones bilaterales que faciliten el avance concreto de la concertación de esfuerzos.
- Aprovechar los encuentros nacionales para integrar a videastas de países limítrofes. Se recomienda que las futuras convocatorias, tanto a nivel nacional, subregional y regional, se abran a una mayor diversidad de experiencias que incorporen a distribuidores y usuarios del video como también a productores de cine y televisión.
- Incluir en las Muestras Nacionales producciones latinoamericanas y del Caribe, dada la importancia de estos espacios como medios para propiciar el desarrollo y la diversidad de propuestas.
- Aprovechar los recursos locales para avanzar en el terreno de la formación y de la capacitación y uso del video, apelando también a la cooperación internacional para el perfeccionamiento de los recursos técnicos y humanos locales.
- Realizar, dentro de un plazo razonable, el Segundo Encuentro Latinoamericano de Video, tanto para estimular el desarrollo de las experiencias del país convocante, como para continuar avanzando en la construcción del perfil propio del video.

Segundo Encuentro Latinoamericano de Video Cochabamba 89

Declaración de Cochabamba

La presente declaración fue elaborada por una Comisión Redactora, propuesta por la plenaria del Encuentro Latinoamericano de Video Cochabamba 89, y fue aprobada por unanimidad por todos los asistentes al Encuentro.

El Movimiento Latinoamericano de Video tiene su raíz, a partir de la multiplicidad de experiencias surgidas en cada país, con géneros y búsquedas creativas distintas, con medios tecnológicos desiguales y con un sentido colectivo común, identificado con los movimientos sociales y sus propuestas de democracia y cambio.

A partir del reconocimiento de sus integrantes como parte de un amplio y variado movimiento de video latinoamericano, se vienen articulando diversas instancias (Festivales, Encuentros, Seminarios) que contribuyen al desarrollo y madurez de este proceso. Reconocemos el aporte que derivan de estos Encuentros y hacia la construcción de las concertaciones nacionales del Movimiento de los diferentes países de nuestro continente.

El cumplimiento de los acuerdos que se derivan de todas y cada una de estas instancias aseguran la continuidad del Movimiento de Video de América Latina con la intención de, a partir del desarrollo y organización regional de cada país construir una Organización Continental.

En la actualidad el Movimiento Latinoamericano de video ha desarrollado contenidos principales que fundamentan nuestras prácticas específicas:

- Insertamos nuestra experiencia en una clara vocación democrática.

- Valoramos la pluralidad y diversidad que se expresan en el Movimiento tanto en la integración de productores, realizadores, distribuidores, difusores, investigadores audiovisuales y organizaciones sociales, como en la expresión de distintas búsquedas artísticas y de la diversidad de géneros.
- Destacamos como otros de los contenidos del movimiento su plena autonomía.
- Finalmente propiciamos una voluntad de integración regional latinoamericana.

En Cochabamba 89 se avanza el debate sobre diversos temas de interés, algunos de los cuales fueron:

Mujer y Video

Se plantea que los avances ya realizados en materia de producción, se proyecten en una más amplia relación de las experiencias que constituyen una veta indispensable del video latinoamericano.

El intercambio de equipo, humano y técnico, la necesidad de incorporar la mirada y la perspectiva de la mujer en lo político, en la vida cotidiana y en la cultura a partir de los mensajes audiovisuales, es una tarea que habría de asumir el Movimiento Latinoamericano de Video.

500 años

Es necesario asumir la producción múltiple de nuestras expresiones culturales de un modo cada vez más amplio y solidario. Más que someter esta necesidad política de expresar la resistencia a financiamientos y condiciones externas, habremos de consolidar y fortalecer nuestra propia capacidad de respuestas en una comunicación autodeterminada.

Para esto afirmamos nuestra voluntad de coproducir tanto a nivel nacional como regional y ello responde al espíritu de este encuentro de avanzar hacia la coproducción bilateral y multilateral en nuestra América, sobre la base que poseemos en cada uno de nuestros países, capacidades, voluntades, humanas y técnicas para desarrollar producciones con nuestros propios recursos.

Legislación

En algunos países se ha avanzado en estudios sobre legislación, sin embargo, esta preocupación no es generalizada y en la actualidad vemos que existen pocas propuestas acerca de las políticas de comunicación en nuestros países y sobre el lugar y el peso específico que tiene la producción y difusión del video independiente, alternativo y popular. En suma, se trata de pasar de una marginalidad latente hacia proposiciones nacionales activas que potencien la democratización de las legislaciones en nuestros países referidos al ámbito comunicacional. Conjuntamente con esto propiciar el desarrollo y ampliación de los espacios que ofrecen algunas legislaciones. Estas propuestas de alternativas comunicacionales deberán ser levantadas por las asociaciones, organizaciones o coordinaciones nacionales de cada país.

Capacitación

Satisfacer las necesidades de capacitación y formación profesional es una urgencia en nuestro movimiento de video dado el vertiginoso avance de la tecnología y el origen diverso de los realizadores.

Las experiencias de capacitación son incipientes e irregulares no existiendo muchas propuestas para implementar cursos o talleres de nivel profesional.

Creemos que debemos encarar esta problemática en forma integral que desarrolle tanto habilidades y conocimientos técnicos como metodologías específicas para diseñar y evaluar estrategias comunicacionales:

- Cursos itinerantes
- Intercambio de especialistas
- Publicación de materiales
- Otras

Saludamos las propuestas que empezaron a surgir desde instituciones y encuentros sobre talleres de formación y aseguramos que en su desarrollo y continuidad se irán consolidando aportes y experiencias, que signifiquen avances en la unificación de criterios y desarrollo de los niveles profesionales.

Organización

Las discusiones acerca de ORGANIZACION aportaron en la reflexión sobre la necesidad de buscar formas de integración a nivel nacional y Latinoamericano. A la fecha varios países atraviesan un proceso de organización interna. Por otro lado, las discusiones también aportaron la necesidad de una intensa y continua reflexión que nos lleve a delinear a través de nuestros Encuentros Latinoamericanos, el perfil de una organización continental. Sin embargo, la prioridad fundamental de organizar el Movimiento de Video Latinoamericano, se expresa a través de las organizaciones, asociaciones, o coordinaciones nacionales.

Entendemos que la forma de organización e intercambio que ya tenemos son los encuentros Latinoamericanos de video realizados anualmente.

Resoluciones

- El próximo encuentro latinoamericano autoconvocado por el Movimiento Latinoamericano de Video, será realizado en 1990 en la ciudad de Montevideo, Uruguay, y corresponderá a las organizaciones nacionales la realización del Encuentro que cuenta con el apoyo y aval del resto de las experiencias latinoamericanas.
- El próximo tema a debatir en el Encuentro Latinoamericano de Video Montevideo 90 según la proposición surgida en Cochabamba 89 estará centrado en el tema: Lenguaje y utilización del video en la comunicación alternativa.
- Conjuntamente con esto, el Movimiento Latinoamericano de Video mantendrá la iniciativa de un espacio de interlocución permanente entre Encuentro y Encuentro, en la instancia que brinda el Festival de La

Habana. A su vez el Movimiento aprovechará instancias de interlocución en otros festivales Latinoamericanos tales como: Bahía, Río de Janeiro, Flacc Brasilia, etc.

- Así mismo, aprovechamos la interlocución a partir de Encuentros o seminarios organizados por instituciones del Continente.
- Sin embargo todos los acuerdos del Movimiento y los avances organizativos y de contenidos serán resueltos en los encuentros anuales autoconvocados por el propio movimiento.

Propuestas Específicas

Organización

- Muchos de los países se consideran en proceso de organización interna, a través sobre todo de Encuentros nacionales o de otras medidas de integración.
- Los relatorios concluyen que el momento no es adecuado para pensar en una organización a nivel continental.
- Es oportuno, sin embargo, potenciar al máximo las instancias organizativas ya existentes que tienen acción regional y apoyan al movimiento de video latinoamericano como vías de coordinación para acciones regionales en torno a las tareas que se ha planteado este movimiento.
- Realizar encuentros anuales a nivel continental donde cada país prepare informes de video con el objetivo de conservar la memoria colectiva del movimiento.
- Promover el intercambio constante de información y experiencias.
- Avanzar en una difusión regional de muestras.
- Estimular la elaboración de proyectos de coproducción.
- Incentivar la creación de asesorías entre diversos países.
- Incrementar los procesos de investigación y capacitación a nivel latinoamericano.

Difusión, Distribución y Mercado:

Este tema fue debatido en relación a la televisión, redes, salas y unidades móviles.

En lo que respecta a televisión las recomendaciones fueron:

- Estimular la apertura de nuevos espacios audiovisuales (por ejemplo satélite).
- Promover el desarrollo y concreción de políticas nacionales de comunicación y cultura que respondan a las necesidades propias de cada país.
- Aprovechar las aperturas de espacios que circunstancialmente se van dando a nivel nacional.
- Movilizar todos aquellos esfuerzos y recursos destinados a la utilización de espacios públicos regionales ya existentes, tal como aquel que ha sido logrado para la televisión de servicio público en el seno de la Unión Latinoamericana y del Caribe de Radiodifusión (ULCRA).
- Intercambiar experiencias, investigar y capacitar para responder adecuadamente a las demandas del mercado manteniendo los principios fundamentales que inspiran al movimiento del video en América Latina.
- Sugerir que el tema distribución sea abordado en el encuentro de realizadores de video de La Habana en diciembre de 1989.
- Crear paquetes comunes de materiales para difusión en gran escala (ejemplo VISION LATINA).

En lo que concierne a las redes, las recomendaciones fueron:

- Evaluar en cada país los procesos y modalidades de distribución y difusión;
- Articular las redes institucionales y grupales de distribución y difusión con el objeto de fortalecer redes regionales;
- Se considera prematuro crear una red latinoamericana de difusión en la situación actual;
- Recomendar la creación de una base de datos que permita unificar los catálogos nacionales o regionales existentes.

Con referencia a las salas y unidades móviles, surgió como recomendación general, la propuesta de crear comisiones nacionales que sistematicen el tema y propongan soluciones concretas.

Producción

Cada grupo desarrolló el tema de la producción según el origen de la financiación; fondos de organizaciones populares; organizaciones no gubernamentales; canales de TV y publicidad; fondo del Estado y convenios de coproducción; sobre la base "que el financiamiento condiciona el proceso de producción y ambos determinan el tema y el lenguaje del video".

Organizaciones populares

- Estimular el diseño de proyectos que respondan a las necesidades de las organizaciones populares, para presentarlos a instituciones financieras.
- Fomentar la discusión en las organizaciones populares sobre los procesos de producción.

- Desarrollar la capacitación integral y constante con participación de sectores populares.
- Estimular la creación de un fondo de producción entre organizaciones populares.

La delegación del Perú solicitó que se agregara el siguiente aporte a este ítem.

- Se comprueba que la financiación externa condiciona el tema de la producción de video.
- Ahondar más y buscar financiamiento por medio de la distribución y mercadeo de videos.
- Buscar la coproducción entre los grupos que tienen intereses comunes.
- Promover el intercambio de información sobre fuentes de financiamiento.

Canales de TV y publicidad

- Estimular la formación de paquetes de producción para TV y canalizar propuestas a los canales comerciales y de servicio público.
- Impulsar la difusión por canal abierto de la producción de video popular y alternativo.

Fondos del Estado

- Recomendamos que las instancias nacionales del video popular promuevan un trabajo activo por el desarrollo y concreción de políticas nacionales de comunicación que contemplen la financiación estatal de la producción de video.

Convenios de coproducción

- Estimular la realización de coproducciones con el objetivo de reducir los costos de financiación.
- Generar instancias binacionales o regionales de comercialización del video.

Moción de la Comisión de Capacitación

Esta comisión decidió proponer a la plenaria la realización de un SEMINARIO sobre el tema de CAPACITACION 4 días antes del próximo encuentro en el país designado como sede, y se encargará también de la organización del seminario.

Este seminario tendrá el objetivo de estudiar políticas estratégicas y metodológicas de capacitación para América Latina y por lo tanto sus participantes tienen que tener la suficiente experiencia y participación en centros de capacitación. Cada participante deberá llevar un informe en video de 5 a 10 minutos de duración.

La comisión sugiere el siguiente plan:

- Exposición e intercambio de experiencias de capacitación

- Discusión sobre metodología con énfasis en la relación entre creador y receptor.
- Perspectivas de sistematización.

Otras Resoluciones, Recomendaciones y Expresiones de Solidaridad

- El Encuentro Latinoamericano de Video expresó su solidaridad con los compañeros videastas del Perú y su condena al clima de violencia política, económica y social que vive el hermoso país.
- El Encuentro Latinoamericano de Video expresó su condena a la decisión del Gobierno de los Estados Unidos de iniciar transmisiones por TV desde Miami, orientadas al descrédito del Gobierno cubano. El Encuentro considera que esta acción no favorece al diálogo y el entendimiento y agrava las tensiones en la región, no favoreciendo a un clima de paz.
- Los participantes extranjeros al Encuentro Cochabamba 89, expresaron su profundo agradecimiento y reconocimiento a la Comisión Organizadora del Encuentro. En especial a todas aquellas personas que trabajaron anónimamente posibilitando el éxito de este evento. Así mismo, expresaron su agradecimiento al pueblo boliviano y a la ciudad de Cochabamba, que acogió a las diversas delegaciones, con tanto afecto y solidaridad.

Tercer Encuentro Latinoamericano de Video Montevideo 90

Entre el 6 y el 10 de agosto de 1990, 200 delegados en representación de los 12 países latinoamericanos, juntos a la presencia de invitados europeos y de América del Norte se reunieron en el III Encuentro Latinoamericano de Video MONTEVIDEO 90.

Productores, realizadores, investigadores y comunicadores de nuestro continente se encontraron para visionar la producción, los ejes centrales de la actividad del Movimiento de Video Latinoamericano.

Semanas antes del Encuentro y como actividad preparatoria del mismo se realizaron junto a Video Tiers Monde, y con su apoyo, dos talleres de Capacitación. El primero sobre GUIÓN EN VIDEO DOCUMENTAL con la participación de 25 participantes uruguayos y el segundo sobre CÁMARA E ILUMINACIÓN en el que participaron 24 realizadores de distintos países latinoamericanos.

El tema central de este Encuentro fue "El Lenguaje del video en la comunicación alternativa". Con el fin de aproximarse a él se organizó un ciclo de charlas y debates que estuvo a cargo de : Prof. Ivano Cipriani (Hipótesis de trabajo en torno al video y la televisión), Giacomo Mazzone (Tendencias del video, de la televisión y de las nuevas tecnologías en Europa), Arlindo Machado (Notas sobre video y sobre lenguaje) y Giuseppe Cirotti (El video como proceso y el video como producto). El Prof. Javier Esteinou Madrid (México) no pudo concurrir pero envió una ponencia sobre "La televisión mexicana ante el nuevo modelo de desarrollo neoliberal".

La producción presentada al Encuentro alcanzó el número de 300 títulos y fue visionada por países como manera de promover el debate sobre el lenguaje audiovisual en el movimiento de video latinoamericano.

Se constituyó una comisión central de trabajo que analizó el Contenido y Marco de Acción del Movimiento y diversas comisiones que abordaron temas específicos: Capacitación e investigación; Distribución y Exhibición; Lenguaje y Producción y video-mujer. Todos los informes de trabajo fueron aprobados por unanimidad en el plenario final de delegados del Encuentro. Este plenario aprobó también por unanimidad la realización del IV Encuentro en Sao Paulo y definió

su tema central: "Consolidación y Ampliación del Espacio Audiovisual Latinoamericano".

El Comité organizador tuvo especial preocupación que el Encuentro no transcurriese a puertas cerradas. Por ello y con la intención de conmover a la sociedad uruguaya cuya historia de producción audiovisual es muy reciente, los organizadores decidieron desafiar el esfuerzo de montar un gran centro de exhibiciones y charlas.

En pleno centro de Montevideo en la Sala de Exposiciones "Subte Municipal" durante 5 días se exhibieron videos de toda América Latina y se organizó un ciclo de charlas sobre el Espacio Audiovisual Latinoamericano. Simultáneamente se programaron exhibiciones en distintos puntos de la ciudad. También allí se exhibió en stands un panorama de la producción audiovisual nacional que incluyó a productoras independientes, publicitarias y a la Universidad de la República y Católica. Durante esa semana más de 15 mil personas acudieron al Subte.

Uno de los mayores desafíos del Comité Organizador de Montevideo 90 fue hacer posible la selección de la Primera Muestra Itinerante de Video Latinoamericano. Con su concreción todo el movimiento ganó en representatividad y amplitud. Ella quedó integrada por 55 videos procedentes de 13 países y con una duración total de 17 horas, 26 minutos. Esta Muestra es un primer ensayo, el próximo Encuentro perfeccionará el mecanismo de selección de los videos que la integrarán así como la propuesta para su difusión y distribución.

Este III Encuentro puso de manifiesto del movimiento en su conjunto, la consolidación de los grupos nacionales, y la importancia creciente del video en el Espacio Audiovisual de nuestro continente.

Contenido y Marco de Acción del Movimiento Latinoamericano de Video

La declaración siguiente junto a las propuestas específicas que incluye el presente documento fueron elaboradas por la comisión que analizó los contenidos del movimiento de video latinoamericano y su marco de acción. Fue aprobada por unanimidad en el Plenario de Delegados del Encuentro, el 10 de agosto de 1990.

Contexto Mundial y Regional

El movimiento latinoamericano de video tuvo su origen en la América Latina de los 70-80, décadas marcadas por el signo oprobioso de los regímenes militares. Hoy, a partir de las elecciones democráticas en Brasil y Chile, se cierra un ciclo para todo el continente y se inicia un proceso de construcción democráticos en la región.

Estamos frente a un planeta que se recompone, se modifica en nuevos polos de integración, expansión y hegemonía. La realidad de una Europa que en el año 92 tendrá un sólo Banco Central, una sola moneda, una sola frontera. El polo de influencia de Japón y del Sudeste Asiático. El polo marcado por los EE.UU. y Canadá y el polo que se explora en las reformas del Este y en la perestroika. Nos sitúan en una nueva recomposición del planeta.

En esta nueva posición del mundo y en relación a los aún frágiles procesos de democratización regional latinoamericana y la creación de un Mercado Común Latinoamericano.

En este contexto advertimos que en los últimos cuatro años el movimiento de video latinoamericano ha avanzado decididamente en relación a:

- su vinculación con los movimientos sociales de cada país.
- su producción
- la distribución y construcción de redes nacionales.
- el lenguaje audiovisual
- su grado de articulación nacional

Sin embargo en la actualidad atravesamos también por un conjunto de desafíos.

Desafíos en la Nueva Fase del Movimiento

Unidad

La unidad del movimiento radica en los contenidos que ha ido desarrollando. De Santiago a Cochabamba se han definido estos contenidos:

- Insertamos en nuestra experiencia en una clara vocación democrática.
- Valoramos la pluralidad y diversidad que se expresa en el Movimiento tanto en la integración de productores, realizadores, distribuidores, difusores, investigadores audiovisuales y organizaciones sociales, como en la expresión de distintas búsquedas artísticas y de diversidad de géneros.
- Destacamos como otros contenidos del movimiento su plena autonomía.
- Finalmente propiciamos una voluntad de integración Regional latinoamericana.

Todos los acuerdos del Movimiento y los avances organizativos y de contenido serán resultados en los encuentros anuales autoconvocados por el propio movimiento. A esta definición de contenidos ya expresada en Cochabamba agregamos hoy:

- el aporte a la democratización de la comunicación en América Latina.
- el aporte al desarrollo de políticas nacionales de comunicación.

Unidad en la Diversidad

Valoramos plenamente la diversidad del movimiento tanto en la multiplicidad de géneros y búsquedas creativas, en el distinto grado de desarrollo tecnológico de la producción, ya en la diversidad de formas de vinculación, difusión y distribución con los movimientos sociales y populares y con nuestras sociedades.

Esta diversidad a la vez que se estimula, se unifica en torno a sus contenidos.

Articulación de la Diversidad

Hemos constituido una red en América Latina que se vincula muy estrechamente con los emergentes movimientos sociales del continente.

Sin embargo, en este escaso tiempo de democracia debiéramos comenzar a extender nuestro aporte al conjunto de la sociedad civil, planteándonos el desafío o la ilusión de constituir sólidas bases para los Estados democráticos que se construyen.

Consolidación y Ampliación del Espacio Audiovisual

Advertimos una doble tensión en nuestro quehacer. Por un lado, lo que hemos llamado el trabajo de relación con los movimientos sociales, de creación de redes, de distribución, de uso de los materiales audiovisuales. Esta labor que en la mayoría de nuestros países se inicia en el período de los regímenes autoritarios, no ha concluido con la conquista o inicio de la construcción democrática. Más bien con el inicio de la democracia se advierte claramente que ésta es una tarea inconclusa. Este es un aspecto que es necesario extender.

Por otro lado y a partir de la situación general por la crisis de la cooperación internacional, sobre el futuro del propio movimiento es necesario advertir y plantearnos desde ya diferentes fórmulas de autofinanciamiento de nuestra actividad creativa. En este sentido se abren nuevas posibilidades: extensión del espacio, video-home, televisiones de baja potencia, TV codificada, mercado institucional (ONG, gobiernos locales, programas gubernamentales, pequeñas empresas) etc.

Una virtud del Movimiento Latinoamericano de video es resolver simultáneamente esta tensión extendiendo los espacios ya construidos en la sociedad civil e incursionando y consolidando su presencia en la comercialización y el mercado de la producción audiovisual.

Otra virtud del Movimiento Latinoamericano es que el plantearse seriamente el tema del autofinanciamiento no significa variar los contenidos democráticos y de cambio que identifican al Movimiento.

Propuestas Específicas

Se recuerdan todas las iniciativas planteadas en los Documentos de La Habana 87, Manifiesto de Santiago 88, Declaración de Cochabamba 89 en torno a los temas de Capacitación, Producción, Distribución y Tecnología.

Si bien se ha avanzado sustantivamente en relación con años anteriores, reafirmamos que estos temas son preocupación permanente del Movimiento Latinoamericano de Video.

Se destaca que un tema crucial a desarrollar por el Movimiento Latinoamericano de Video es el referido a la legislación nacional en torno al video, la TV y el cine. Debe ser hoy una preocupación de los movimientos nacionales, la legislación en cada uno de nuestros países no sólo por la necesidad que cada legislación proteja y estimule la creación audiovisual latinoamericana sino también por la realidad de éste con el mercado (protección de derechos de autor, propiedad intelectual, comercialización, etc.).

Institucionalizar los Encuentros autoconvocados por el Movimiento Latinoamericano de Video y se resuelve denominar al próximo encuentro IV ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE VIDEO.

El IV Encuentro Latinoamericano de Video se realizará en el año 1991, en la ciudad de San Pablo, Brasil.

Se resuelve también que el V Encuentro de Video se realice en 1992 en la ciudad de Cuzco, Perú.

Se resuelve que el IV Encuentro Latinoamericano considere:

- que el tema del IV Encuentro sea la consolidación y ampliación del espacio audiovisual latinoamericano.
- que el próximo encuentro destaque como lo más relevante del evento la muestra masiva al público de la producción del continente.
- una interconexión con experiencias de video que se desarrollan en Asia y Africa. Se solicita específicamente a Crocevia y a Video Tiers Monde que propongan una muestra de Asia y Africa.
- la invitación a grupos que en EE.UU. y Canadá trabajan en la temática étnica y de minorías discriminadas en ambos países.
- se propone establecer lazos con grupos productores de video y distribuidores como Softvideo, Eurovisión, Zebra, etc.
- que en el próximo Encuentro Latinoamericano existan stands de comercialización e intercambio de nuestros videos. Se buscará la forma de que cada país este representado por un stand.
- que se invite a potenciales compradores de materia audiovisual (España, Europa y América del Norte).
- se propone que el Comité Organizador del próximo Encuentro designe una comisión de selección de la Muestra del IV Encuentro Latinoamericano. Esta comisión aplicará criterios estrictamente audiovisuales en su selección y los comunicará oportunamente a los países participantes.
- que el visionado de los materiales presentados al IV Encuentro no sea agrupado en bloques por país sino que integre en los mismos bloques de visionado la producción de distintos países.

Resoluciones del Plenario

El plenario final de delegados del III Encuentro Latinoamericano de Video recibió el informe de las comisiones de trabajo formadas en torno a los temas de Capacitación e Investigación; Distribución y Exhibición; Lenguaje y Producción y Video Mujer. Todas las resoluciones fueron aprobadas por unanimidad.

Capacitación e Investigación

Reafirmación de la propuesta realizada durante el Encuentro de Cochabamba 89 de realizar un Seminario específico de Capacitación.

"(...) este seminario tendrá el objetivo de estudiar políticas estratégicas y metodologías de capacitación para América Latina y, por lo tanto, sus participantes tienen que tener la suficiente experiencia y participación en Centros de Capacitación. Cada participante deberá llevar un informe en video de cinco a diez minutos de duración. La Comisión sugiere el siguiente ordenamiento:

- Exposición e intercambio de experiencias de capacitación.
- Discusión sobre metodologías de capacitación.
- Perspectivas de sistematización (...)"

Proponemos completar la propuesta de Cochabamba a través de lo siguiente:

- Formación de una comisión específica responsable de la organización del seminario de capacitación, constituida con los delegados por países que estén interesados, elegidos para este fin.
- Criterios para la participación en el seminario:
 - que los participantes tengan experiencia directa en capacitación.
 - pertenecientes a espacios institucionales, nacionales o regionales, y sean los responsables de llevar a cabo estos proyectos de capacitación.
 - un requisito para la participación es la presentación de un informe con un diagnóstico por país y/o región que contenga los siguientes aspectos:
 - Experiencias realizadas
 - Necesidades de capacitación
 - Concepciones metodológicas (público, objetivos a corto y mediano plazo)
 - Materiales didácticos
 - Recursos humanos disponibles
 - Recursos financieros y estrategias para su logro.

Como requisito para la inscripción al seminario se planea la presentación del informe o diagnóstico. Los participantes de este seminario deberán responsabilizarse en alguna medida de socializar en el Encuentro los aspectos reflexionados, facilitando con su participación en las diferentes comisiones. La permanencia de un lineamiento temático que permita lograr reflexiones más profundas durante el desarrollo del mismo.

La realización del seminario se hará antes del Encuentro de 1991, para no distanciar la instancia reflexiva de la del Encuentro, posibilitando una continuidad temática.

La Comisión Organizadora del Seminario de Capacitación trabajará en colaboración con la Comisión Organizadora del próximo Encuentro.

En el área de INVESTIGACION se propone lo siguiente:

Es necesario reseñar y socializar en un Documento Base las ponencias, temáticas y definiciones que preocupan y orientan al movimiento de video latinoamericano, tratando de definir un marco conceptual común que nos permita avanzar y discutir nuevas problemáticas.

Elaborar una síntesis bibliográfica de los principales textos y ponencias que han aportado en los últimos años a la reflexión y promoción del video alternativo.

Sugerir a los participantes del próximo Encuentro el envío de documentos descriptivos y analíticos de las experiencias de las instituciones y realizadores independientes, sobre las metodologías y utilidad del video en sus trabajos.

Promover espacios de intercambio y relación directa con Centros de Investigación y Formación Académica que compartan las preocupaciones del video popular y alternativo, para de esta forma, abrir espacios de integración a los investigadores y, por otro lado, garantizar el retorno de estas investigaciones al contexto del video popular.

Distribución y exhibición

Esta Comisión reunida en el marco del Encuentro MONTEVIDEO 90 y de acuerdo a las propuestas específicas de los Encuentros de Santiago y Cochabamba, considera que la distribución necesita mayor apoyo -tanto en términos de reflexión como de inversión- y cree que la toma de conciencia de esta problemática y la unidad y convergencia de nuestros esfuerzos son insustituibles para poder superar este momento.

La Comisión decide proponer al Plenario:

- La formación de entidades coordinadoras nacionales de distribución de materiales audiovisuales que agrupen todos los organismos productores.
- Estas entidades deben reunir un banco de datos de los siguientes temas:
 - Acervos existentes
 - Puntos de exhibición, aclarando que estos se clasifican en fijos, irregulares y móviles.
 - Polos de producción, distribución y servicios de apoyo.
- A su vez estas entidades deben promover mecanismos de control y supervisión sobre la exhibición de los trabajos, de acuerdo con los reglamentos de cada país.
- Estimular la formación de circuitos integrados de exhibición a través de una alimentación regular en los puntos fijos existentes en cada país. Estos puntos fijos de exhibición no convencionales deben ser alentados por animadores culturales y por una producción periódica y regular que sólo puede subsistir si encuentra vías de rentabilidad.
- A fin de garantizar la creación, funcionamiento y continuidad de los organismos actuantes en el espacio audiovisual, recomendamos la

búsqueda de vías de rentabilidad de todas las producciones, siempre que sea posible. En resumidas cuentas, que en la totalidad de la producción audiovisual de un organismo nacional de distribución cuente con un cupo de trabajos rentables para solventar aquellos que deben ser un servicio gratuito de la comunidad.

- Por último proponemos al Plenario que toda la documentación emitida por el encuentro sea bilingüe, dado que forma parte de ella la delegación brasileña.

Muestra Itinerante

- Los delegados receptores de la muestra son el elemento dinamizador de aglutinación de las entidades nacionales.
- Proponemos que los fondos recaudados por la Muestra Itinerante en cada país sean utilizados en cada uno de ellos para la formación y consolidación de las entidades coordinadoras nacionales.

Lenguaje y Producción

Una de las características de esta Comisión ha sido la falta de representatividad, por la participación de sólo cuatro países, en la profundización de un tema considerado prioritario en las conclusiones de Cochabamba 89. Reconociendo que el tema fue tratado ampliamente en las plenarias y exposiciones, y sin dejar de valorar la teorización, consideramos que el análisis de lenguaje del video debe estar íntimamente relacionado con la producción concreta, es decir, con los videos producidos en América Latina.

Por lo tanto el trabajo de la comisión se concretó a un visionado y posterior reflexión sobre el material exhibido para puntualizar los aspectos sobresalientes del lenguaje, que nos sirvan para planteamos interrogantes, más que para ofrecer conclusiones. Uno de los aspectos que consideramos interesantes de destacar es la diversidad que caracteriza las producciones, tanto en formatos y lenguas, como en contextos. El hecho de que exista tal variedad representa una riqueza valiosa y nos sugiere una búsqueda de lenguajes propios.

Aunque se ha discutido mucho sobre este tema resaltamos el uso de códigos ya establecidos por otros medios, además de elementos propios, como ser computer graphics, ultimate, etc.

También vemos que no se puede desligar el análisis de lenguaje de los objetivos, destinatario, contexto geográfico, social, cultural, económico, etc.

Durante los debates abiertos del Encuentro se tendió a una polarización de los distintos géneros narrativos, como por ejemplo Video Arte versus Video Social. Consideramos que se tendría que abordar el tema del lenguaje tomando en cuenta la posibilidad de una convivencia efectiva en lugar de delimitar ideológicamente a priori, entre otras razones por no tenerse hasta ahora medios de evaluación de impactos suficientes.

Las recomendaciones que surgen de nuestra reflexión son las siguientes:

- Que se prevean espacios de análisis sobre este tema en futuros encuentros, de una manera sistematizada, que garantice su profundización y una participación real de los productores.
- Que dichos análisis se proyecten en relación a material reciente y en circulación.
- Que se difunda la Muestra Itinerante y que haya una devolución crítica en el próximo encuentro, de los diferentes países intervinientes donde se haya exhibido.
- Que el tema del lenguaje sea incorporado en los cursos de capacitación a todo nivel desde sus inicios.
- Que se estructure alguna forma de distribución e intercambio de materiales, técnicos y metodológicos en todos los niveles.
- Incentivar la implementación de mecanismos de evaluación de la utilización del video en los trabajos educativos y/o políticos en el ámbito de los movimientos populares. Nos referimos a asegurar un retorno sistemático, fruto de evaluaciones científicas sobre el nivel de "respuesta" en relación a los objetivos de cada trabajo.

Video Mujer

En el Encuentro de Montevideo 90 muchas participantes nos vimos en la disyuntiva entre integrarnos a la Comisión de Video y Mujer (entendiendo que existe entre las videastas una problemática común necesaria de compartir, que le da continuidad a Cochabamba 89) o a las otras cuatro comisiones que trabajaron en torno a problemáticas claves del movimiento de video latinoamericano en su conjunto, como la distribución, políticas, capacitación, etc.

Creemos que nuestra concurrencia hubiera sido valiosa en dicho trabajo; no obstante, elegimos integrarnos a Video Mujer para evitar que ese espacio desapareciera, pero conscientes que esa elección implicaba marginarnos involuntariamente del diagnóstico del movimiento de video en su conjunto.

Esta experiencia -que deberá tenerse en cuenta en la organización de los futuros encuentros latinoamericanos- nos lleva a proponer que la comisión de Video y Mujer no exista como tal en los futuros encuentros, sino que más bien se conforme una instancia de coordinación de las mujeres videastas latinoamericanas para el intercambio y discusión de experiencias.

Por tanto:

La Comisión Video y Mujer propone que dicho intercambio se realice dentro del marco del próximo encuentro, pero en horarios que no se superpongan al trabajo de las comisiones que tratan la problemática del video en general.

- El manejo conceptual y práctico de equipo de iluminación, sonido y cámara de las videastas latinoamericanas adolece de muchas deficiencias. Las razones de ello son muchas, entre ellas podemos señalar el limitado acceso que hay en las escuelas de comunicación de América Latina en el

manejo práctico de estos equipos y las propias limitaciones internas que tenemos las mujeres para encarar estos aspectos técnicos de video.

- La participación de la mujer en el video latinoamericano, es cada vez mas creciente, sin embargo son aún muy pocas las mujeres que tienen un manejo solvente de los aspectos antes señalados.
- El impacto que está teniendo el video en América Latina tanto en el trabajo de educación y comunicación popular en los respectivos países, así como su contribución al reconocimiento y fortalecimiento de una identidad latinoamericana requiere que los materiales que produzcamos sean cada vez de mejor calidad y que por lo tanto superemos las limitaciones técnicas que tenemos.
- La mirada de la mujer videasta tiene características propias que no son mejor ni peor que la de los hombres, es distinta. Esto tenemos que fortalecerlo con una mejor formación técnica a fin de esa expresividad femenina sea potencializada y sus productos puedan ser más profesionales. Por tanto, la Comisión Video Mujer propone a la Asamblea que previo al próximo Encuentro Latinoamericano de Video, se realice un taller de capacitación para videastas mujeres en cámara, sonido e iluminación.

Se informa además, que se realizaron los contactos pertinentes para llevar a cabo en lo que resta del año, la recopilación de información para un catálogo de directoras videastas, información que se centralizará en Uruguay.

VIDEO MUJER. ANEXO

El video está tuerto. Las mujeres que hacemos video, en un énfasis de identidad, nos obsesionamos con una contundencia irrefutable; la de discernir la especificidad de nuestra mirada. En diferentes festivales, eventos, videos y ensayos, delineamos los contornos de los ojos femeninos, por supuesto no exclusivos del video de mujeres. La sensibilidad femenina es algo que, creemos, trasciende nuestro sexo.

Todas estas consideraciones enriquecen el análisis del lenguaje de la expresión audiovisual, pero falta una parte. Como trabajamos para la integración y no para la disgregación apocalíptica proponemos quitar el parche de los ojos viriles.

Concretamente, queremos elevar una propuesta para el próximo Encuentro Latinoamericano de Video. Esta propuesta es la de crear un ámbito de discusión sobre la masculinidad del video, para completar aquello que falta, la mirada que falta por exceso, la que se encuadra en video y hombre. Entonces vayamos al próximo Encuentro latinoamericano de video con dos temas originales e inéditos: la masculinidad en el video y hombre, tratados en el marco de debates plenarios a partir de ponencias específicas. Proponemos también agregar de manera integrada el tratamiento del lenguaje femenino y masculino y de las imágenes de hombre y mujer que esos mismos lenguajes crean.

Resolución de los Delegados de la Primera Muestra Latinoamericana de Video

El Comité Organizador de MONTEVIDEO 90 con el fin de hacer posible la Muestra Itinerante de Video Latinoamericano eligió dos delegados por cada país participante para que propusieran al Encuentro una selección de 4 horas de video de su país. En Montevideo los delegados electos acordaron la reducción de la duración a 2 horas por país. Elaboraron en conjunto una propuesta para la difusión y distribución de esta Primera Muestra del Continente que tendrá carácter itinerante. Esta quedó conformada por 55 videos de 13 países con una duración total de 17 horas 26 minutos.

Propuesta para Difusión y Distribución de la Muestra

La selección de una muestra itinerante ha sido un importante desafío del Comité Organizador de MONTEVIDEO 90.

Por primera vez en los Encuentros anuales se preselecciona y luego selecciona una muestra representativa de la diversidad de expresiones del movimiento de video latinoamericano.

Fue un desafío el aspirar a la representatividad y también lo fue el esfuerzo de visionado.

Esta primera muestra itinerante es un esfuerzo creado por todos; por lo mismo, con seguridad presenta las falencias propias de un primer intento.

Nos asiste la certeza de que la Muestra será capaz de generar un hecho audiovisual en el imaginario cultural de América Latina. De ahí la relevancia de un esfuerzo colectivo por su continuidad anual en los Encuentros del movimiento de video.

Sobre la base de esta experiencia recomendamos al futuro Comité Organizador:

- Regular con precisión horas de selección definitiva. Así mismo, respecto al año de producción de los programas. En este sentido proponemos que la Muestra sea de programas entre Encuentro y Encuentro, salvo en aquellos países que no han participado en Muestras precedentes. En cuanto a las horas proponemos tres de selección por país y una hora y media de selección definitiva.
- Garantizar mecanismos de representatividad nacional de los delegados.
- Garantizar una operativa de visionado durante el Encuentro que permita un visionado general de los programas que participan de la Muestra.

Producción

Con el objeto de garantizar una óptima producción profesional de la Muestra, el Plenario de delegados propone dar mandato a la Comisión Organizadora para que realice las gestiones tendientes a su financiamiento y ejecución técnica.

A tal efecto proponemos:

- que en un plazo no superior a tres meses la Muestra se edite en un centro de copiado internacional en PAL y NTSC y en formato de una pulgada.
- que la coordinación asegure el traslado de originales U-matic desde los países hasta Montevideo y el Comité Organizador de MONTEVIDEO 90.
- que los productores seleccionados para la Muestra se comprometan a mandar copias de alta resolución, junto a fichas técnicas y sinopsis en un plazo no superior a un mes. En el caso de programas con compromisos comerciales previos, esa información deberá adjuntarse.
- que de los master de una pulgada se obtengan copias U-matic para cada uno de los países representados en la Muestra.
- que una vez conseguidos estos objetivos cese la responsabilidad del Comité Organizador MONTEVIDEO 90 en las gestiones de difusión y distribución de la muestra.

Difusión

La difusión de la Muestra será responsabilidad operativa de las Asociaciones Nacionales o bien de las productoras o instituciones representadas en la selección por sus delegados.

A efectos de una eficaz difusión proponemos:

- que una vez recibidas las copias U-matic se organicen simultáneamente exhibiciones nacionales en las más importantes ciudades de los respectivos países.
- que con posterioridad a la primera Muestra Nacional se reproduzcan copias en VHS para ser difundidas en productoras, instituciones, videotecas, organizaciones sociales, centros educativos, etc.

Distribución

Las gestiones de inserción comercial de la Muestra (TV, Video Clubes y otros espacios) será responsabilidad operativa de aquellas distribuidoras europeas, norteamericanas y latinoamericanas interesadas en el video regional.

Sin embargo, en los países representados en la Muestra, son responsables de iniciativas de distribución las respectivas asociaciones o delegados nacionales, o bien de coordinar esfuerzos con las distribuidoras.

A tales efectos proponemos:

- Que el Comité Organizador de MONTEVIDEO 90 se asesore y determine una política comercial de distribución de la Muestra.
- Que un balance de eventuales gestiones comerciales y de la difusión social de la Muestra se realice entre todas las partes en el próximo Encuentro Anual del Movimiento de Video Latinoamericano.

NOTA: En el caso de México se ha mandado a sus delegados para que en el plazo de un mes, seleccionen una muestra de una hora y media a integrarse a la Muestra Itinerante.

Cuarto Encuentro Latinoamericano de Video Qosqo 92

Entre el 16 de noviembre y el 5 de diciembre tuvo lugar en la ciudad del Cusco el "IV Encuentro Latinoamericano de Video, Qosqo 92". Organizado por la Asociación de Video de Lima, el evento congregó a más de 200 personas pertenecientes a 14 países latinoamericanos.

Dentro de este marco, del 16 al 21 de noviembre se desarrolló un seminario sobre metodologías de capacitación en producción y el uso del video.

Paralelamente, una comisión seleccionó las obras que integrarán la II Muestra Itinerante de Video Latinoamericano de 21 horas de duración, quedando finalmente representados 15 países. Así mismo, un seminario-taller evaluó el Movimiento de video Latinoamericano a través de los diagnósticos presentados por cada país y elaboró las estrategias a seguir hacia el año 2,000.

Durante la semana central, del 23 al 28 de noviembre, además de las exposiciones y conferencias de Regina Festa y Enrique Gonzales Manet entre otros, tuvo lugar una muestra interna y un mercado. Se constituyeron también comisiones especiales que trataron temas específicos relacionados con el video: Niñez, Juventud, Campesino, Mujer y Educación. Por iniciativa de los asistentes se crearon otras dos, llamadas "Video Vaca" y "Televisiones Comunitarias". Por último, con todas las realizaciones seleccionadas para la II Muestra Itinerante se organizó una exhibición abierta en tres salas de la ciudad.

La sesión plenaria final recogió en su discurso las acciones y propuestas planteadas por las distintas comisiones, concretando un plan de trabajo para el bienio 1993-1994. Además, tomó el acuerdo de realizar los Encuentros Latinoamericanos cada dos años, designándose a Cuba y Brasil como sedes de 1994 y 1996, respectivamente. También se efectuarán reuniones intermedias para evaluar y planificar las actividades, las cuales se llevarán a cabo el 93 en Colombia y el 95 en Honduras.

Del 1 al 5 de diciembre se llevó a cabo el Taller de Dramaturgia, conducido por Renata Pallotini, congregando a más de 30 videocastas del continente.

Es tarea de estos 2 años difundir y distribuir la II Muestra Itinerante, además de las responsabilidades asumidas por acuerdo en las áreas de capacitación, información, exhibición y espacios comunitarios.

"Qosqo 92" significó un avance para el Movimiento Latinoamericano de Video, que ahora coordina acciones concretas encaminadas a la democratización de las comunicaciones y la identidad latinoamericana.

La Comisión Organizadora

Estrategias del Movimiento Latinoamericano de Video

Introducción

Los lineamientos estratégicos del Movimiento Latinoamericano de Video deben fortalecer el sentido político y social de su constitución, así como el espíritu creativo y eficaz de sus acciones.

En Santiago 88, Cochabamba 89 y Montevideo 90 se definieron progresivamente estos lineamientos que en Qosqo 92 se articulan con las líneas prioritarias de las estrategias que definen los ejes de acción, los objetivos específicos y las acciones concretas que deben realizar los miembros del Movimiento hasta el próximo encuentro.

El Movimiento ha ido madurando y nosotros aprendiendo en este largo y solidario camino de la integración latinoamericana y esperamos que los acuerdos tomados puedan llevarnos a lograr metas concretas y a desarrollar acciones más eficaces.

Lineamientos Políticos del Movimiento

Diversidad y Pluralidad Cultural

Lo que caracteriza y fortalece al movimiento es su permanente preocupación por valorar nuestra identidad latinoamericana y promover, a través de una multiplicidad de procesos y géneros, los movimientos sociales y populares del continente.

Transformación Social

Frente a los frágiles procesos políticos de democratización del continente y a la recomposición hegemónica mundial, sostenemos nuestra firme vocación por el cambio y transformación de nuestras sociedades, fortaleciendo a la sociedad civil para la participación y la democracia.

Integración Regional y Latinoamericana

Propiciamos una voluntad de integración regional latinoamericana que supere la fragmentación y consolide esfuerzos para lograr mecanismos de acción común.

Comunicación para el Desarrollo

Entendemos el trabajo con el video como una propuesta vinculada a los procesos educativos, comunicacionales y artísticos como un medio fundamental en las políticas de desarrollo de nuestros países.

Relaciones Sur-Norte y Sur-Sur

Buscamos una nueva calidad política y estratégica de las relaciones de cooperación, financiamiento e intercambio entre instituciones y actores sociales en el norte y en el sur. Además propiciamos la búsqueda de nuevas posibilidades de proyección del espacio audiovisual latinoamericano en esas regiones y de acceso a su producción audiovisual en nuestro continente.

Nos proponemos también potenciar las relaciones sur-sur en una lógica conjunta por una comunicación democrática en el mundo.

Ejes de la Estrategia

Organización y Descentralización del Movimiento

Continuaremos potenciando al máximo las instancias organizativas del movimiento, impulsando las articulaciones nacionales y reconociendo a instituciones y coordinaciones locales representativas en calidad de interlocutores válidos para las acciones del Movimiento.

Su tarea debe ser orientada por la interacción orgánica para la definición de planes de trabajo articulados a la estrategia latinoamericana.

Democratización de las Comunicaciones

Defendemos el derecho de comunicar potenciando el acceso democrático y participativo a las nuevas tecnologías y redes de información, emisión y comunicación a niveles locales, regionales, nacionales y mundiales.

Nuestra estrategia debe impulsar acciones, entre distintos actores sociales, para el debate legislativo y cultural que exige la recomposición hegemónica mundial.

Ampliación del Espacio Audiovisual

Consideramos que la ampliación del espacio audiovisual no sólo pasa por la apropiación y/o acceso de los medios de comunicación, la informática y las telecomunicaciones sino también por la extensión de la base de productores y de públicos, de la calidad de la producción en su forma, su contenido y contexto comunicacional.

Apostamos por la proyección de una imagen propia de las diversas manifestaciones y realidades latinoamericanas y por nuestra auto-afirmación cultural a través de mecanismos de intercambio para ampliar los espacios de exhibición y distribución.

Cooperación Internacional

Creemos que el impulso y la evolución del movimiento en los últimos años permite replantear de manera conjunta, como Movimiento Latinoamericano de Video, nuestras relaciones con las instituciones de cooperación (financiamiento e interlocución) en función de lograr un equitativo nivel de negociación y representatividad en la canalización de recursos, de acuerdo a las responsabilidades asumidas en el plan de trabajo derivado del IV Encuentro Latinoamericano de Video.

Líneas de Acción

Capacitación, Investigación e Información

Objetivo general:

Desarrollar una estrategia por proyectos específicos para la capacitación, investigación e información con un sentido multiplicador y descentralizado, a partir de una estrategia de interacción que permita la racionalización de las actividades, la integración de las propuestas y la socialización de las mismas.

Capacitación

Objetivo específico:

Diseñar y desarrollar un proyecto de capacitación en video para formar capacitadores con experiencia y aptitudes pedagógicas, sistematizando experiencias y metodologías para actualizar criterios y permitir el intercambio de materiales para la enseñanza.

Acciones:

Elaborar, financiar y organizar talleres y seminarios especializados a nivel latinoamericano dirigidos a capacitadores que garantice el sentido multiplicador en los ámbitos nacionales y regionales:

- Taller de Telemática y Tecnología Avanzada, que realice un estudio previo de actualización e integración de sistemas de información e intercambio de fácil acceso. Responsables: Video Tiers Monde-Canadá, INICTEL-Perú
- Taller de Currícula y Metodologías de Formación, que intercambie experiencias en el diseño y pedagogías de capacitación. Responsables: CIESPAL- Ecuador, AVL-Perú, CENECA-Chile
- Seminario de Evaluación y Planificación de Propuestas de Capacitación, que proyecte nuevas acciones interactivas de carácter estratégico en el continente. Responsables: CERT-Cuba, AVL-Perú.

Delegar y promover en los ámbitos nacionales la realización de talleres de nivel intermedio que cubran demandas específicas evidenciadas en el diagnóstico realizado para Qosqo 92, cuyos ejes temáticos son:

- Metodologías de investigación en video.
- Mercadeo y distribución.
- Usos y utilidad educativa del video.
- Experiencias de producción para canal abierto.

Investigación

Objetivo específico:

Promover una línea de investigación que integre la reflexión y generación de conocimientos basada en la sistematización de la producción y el uso del video y de sus implicancias sociales.

Acciones:

- Permanente actualización y socialización de las bases de datos del Directorio, Catálogo y del Diagnóstico Latinoamericano elaborado en Qosqo 92.
- Elaboración de guías metodológicas para el seguimiento, evaluación y sistematización de experiencias de video.
- Convocar a un seminario-taller que permita la evaluación de los avances en los diagnósticos nacionales. Responsable: AVL-Perú.

Información

Objetivo específico:

Impulsar una línea editorial del Movimiento, que permita el acceso, sistemático y actualizado, a la información sobre las experiencias, reflexiones y avances de los ejes estratégicos del Movimiento Latinoamericano de Video.

Acciones:

- Elaborar, financiar y ejecutar un proyecto de Boletín informativo que integre en su comité editorial a representantes de asociaciones locales y nacionales e interlocutores válidos del Movimiento.
- Cada asociación designará y capacitará a sus corresponsales para la canalización de información sobre el desarrollo y la reflexión del video en cada país.
- Publicar periódicamente a través de suplementos y números especiales, directorios nacionales, catálogos, y diagnósticos temáticos. Responsable: AVL-Perú.

*Legislación para la Producción y Difusión***Objetivo general:**

Enfrentar y promover el debate y reflexión sobre los cambios y formulaciones legislativas, que en el campo de las comunicaciones imponen las políticas neoliberales, las tecnologías de punta y la globalización de las telecomunicaciones en perjuicio de nuestras identidades.

Acciones:

- Creación de una comisión jurídica que coordine y recopile las normas y reglamentos concernientes a los aspectos legales referidos al espacio audiovisual, incluido un estudio comparado que contribuya a esclarecer decisiones pertinentes. Dicha comisión podría asumir la condición de representante legal de las asociaciones, instituciones e interlocutores en el sector del video a nivel internacional.
- Elaboración de una propuesta de normas y principios legales o de políticas que sirvan de referente para las acciones y proyectos de ley impulsados en los países, promoviendo incentivos para la producción independiente y alternativa, así como mecanismos para la defensa de los derechos de autor.
- Presentar propuestas que estimulen la mayor participación de las producciones nacionales de video en las transmisiones de televisión en todas sus modalidades, especialmente promover la reglamentación que proteja y estimule las transmisiones de baja potencia.
- Realizar cursos específicos sobre regulaciones legales, incluyendo los procedimientos contractuales, proyectándolos hacia legislaciones de integración que tengan en cuenta los bloques regionales.
- Para el próximo Encuentro sería deseable que todos los países presenten su proyecto de legislación y un informe sobre los avances efectuados.

*Comercialización, Distribución y Exhibición***Objetivo general:**

Desarrollar una estrategia global de comercialización, distribución y exhibición para incentivar el intercambio y la autofinanciación, redefiniendo las relaciones con los mercados, redes y festivales.

Objetivo específico:

Establecer criterios y mecanismos de intercambio a fin de evitar prejuicios a los productores y usuarios.

Acciones:

- Realizar un inventario de mercados, distribuidoras y festivales.
- Revisar las normas contractuales y proponer modelos de comercialización rentables.
- Seleccionar paquetes temáticos para ciclos, muestras latinoamericanas, campañas, etc. que potencialicen las salas de exhibición.

- Establecer convenios con instituciones sociales y estatales para la ampliación de los espacios de exhibición y la rentabilidad de las producciones.
- Difundir la II Muestra Latinoamericana de Video a nivel nacional, regional y mundial.

*Espacios Comunitarios***Objetivo general:**

Ampliar y consolidar las experiencias de televisión y video comunitario fortaleciéndolos como espacios de comunicación horizontal y democrática.

Objetivos específicos

Consolidar y ampliar los espacios de televisión y video comunitario aprovechando las experiencias de canales regionales, culturales, así como las metodologías de las televisoras de la calle y los visionados ya existentes.

Propiciar una interacción entre las experiencias de video de la calle y visionados con las televisoras comunitarias.

Apoyar la creación de canales comunitarios de baja potencia.

Buscar el intercambio de experiencias, metodologías, materiales y procesos comunicacionales del video y la televisión comunitaria a nivel latinoamericano.

Fomentar la constitución de redes de televisión y video comunitario a nivel local y latinoamericano.

Estimular el acercamiento de personas y entidades que trabajen en programas con objetivos y contenidos comunitarios en las televisoras comerciales y estatales.

Abordar los estudios necesarios a fin de conocer la realidad del sector y el impacto que se deriva de los usos del video y la televisión comunitaria.

Acciones:

- Realizar un diagnóstico de televisión y video comunitario en cada uno de nuestros países (sistematización de datos a partir de fichas comunes).
 - Buscar conjuntamente canales de financiamiento y coproducción que apoyen las experiencias de televisión y video comunitario a nivel nacional y latinoamericano.
 - Producir e intercambiar materiales multimedios y desarrollar jornadas a fin de promover una mayor integración de metodologías y conocimientos.
 - Realizar a finales de 1993 un seminario-taller latinoamericano de televisión y video comunitario. Previo a esta actividad se llevarán a cabo encuentros nacionales a cargo de las respectivas organizaciones.
- Responsables: ABVP y AVL para Octubre 1993.

Comisiones Especiales

Video Mujer

Para el próximo Encuentro se propone crear una Comisión de Evaluación de la imagen de la mujer en el video latinoamericano. Esta Comisión deberá ser integrada por personas que tengan una capacitación sobre género.

La Comisión trabajará paralelamente con la Comisión de Selección de la Muestra, con el objetivo de hacer un diagnóstico de cómo se presenta la imagen de la mujer en los videos latinoamericanos hechos por mujeres y hombres.

A partir de este diagnóstico se seleccionará una pequeña muestra representativa de los videos que mejor ilustren las conclusiones del diagnóstico. Este y la muestra serán presentados como tema central en el Encuentro para generar un debate con el conjunto de los participantes.

- Dado el éxito y la importancia de los dos Festivales de Video dirigidos por mujeres realizados en Perú, consideramos necesario que en las estrategias de capacitación para el movimiento de video en América Latina se incorporen las experiencias de estos festivales. Igualmente se debe incluir la perspectiva de género en la metodología de capacitación y además se debe garantizar la presencia equitativa de las mujeres en los talleres que se realizan.
- Apoyar e incentivar muestras y festivales de video con temáticas de mujer así como festivales de video dirigidos por mujeres en los diversos países de América Latina.
- Se acuerda proponer a los organizadores que se realice el III Festival de Videos dirigidos por mujeres en Ecuador, para el año 1993, así como una muestra latinoamericana sobre video-mujer.
- Apoyar la ampliación y difusión del Catálogo de Videos latinoamericanos sobre el tema de la mujer.
- Finalmente, decidimos levantar nuestra protesta por la forma degradante como se utiliza a la mujer en los medios publicitarios del continente.

Video Educación

Objetivo general:

Intercambiar experiencias sobre producción y utilización del video para actividades educativas.

Objetivos específicos:

Identificar avances, limitaciones y posibilidades del video como medio educativo.

Precisar orientaciones para la investigación, producción y uso del video-educativo.

Elaborar propuestas sobre la formación audiovisual de los educadores.

Video Niñez

Producción:

Promover la producción de materiales para niños respetando su condición de seres humanos en formación. Apoyar en todo sentido las iniciativas de producción de materiales para niños

Capacitación:

Propiciar la capacitación en lenguaje audiovisual y uso de los medios para maestros y estudiantes de educación por su contacto directo y permanente con la población infantil.

Propiciar la apertura de un espacio para la capacitación del niño en lenguaje audiovisual dentro de las instituciones dedicadas a la enseñanza de comunicación audiovisual u organismos con actividades o proyectos de capacitación en este campo.

Difusión:

Difundir en lugares o actividades específicas para niños los materiales para la infancia que forman parte de la muestra itinerante (escuelas, clubes, festivales, T.V., video-rents, etc.)

Video Joven

Frente a la carencia de espacios de comunicación e intercambio de experiencias entre nosotros hemos resuelto crear en este IV Encuentro "LA RED LATINOAMERICANA DE VIDEO JOVEN", la misma que permitirá la integración de jóvenes realizadores y por consiguiente el intercambio de materiales y experiencias. Esta Red Latinoamericana contará con coordinadoras nacionales que descentralizarán la información.

Abrir un espacio de participación a los jóvenes en los posteriores encuentros.

Capacitación:

Organizar talleres de capacitación para jóvenes realizadores orientados hacia la comunidad.

Intercambio de capacitación y autocapacitación.

Contar con asesoría de videocastas de mayor trayectoria, transmitiéndonos sus experiencias.

Facilitarnos el acceso al material audiovisual y bibliográfico de capacitación de acuerdo a nuestras posibilidades, siendo este extensivo a videos de nuestro interés y un trato preferencial a la venta de las copias.

Distribución y Difusión:

Acceder a espacios en publicaciones especializadas en video.

Igualdad de trato en la difusión interna y externa de nuestros videos.

Estimular la creación de muestras y festivales para los jóvenes realizadores.

Financiamiento:

Acceder a la producción de videos a través de colaboración y/o intercambio de servicios y equipos.

Contar con asesoría y financiamiento para la producción y realización de videos.

"NOSOTROS VEMOS EL VIDEO COMO UNA ALTERNATIVA DE EDUCACION, CULTURA Y DESARROLLO, FRENTE A LA TELEVISION COMERCIAL Y PRIVADA. NOS ENCONTRAMOS EN EL PROCESO DE HALLAR NUESTRA IDENTIDAD COMO JOVENES LATINOAMERICANOS".

Bases para las coordinadoras de la Red Latinoamericana de Video Joven:

Que en cada país se constituya una Coordinadora Nacional, que se encargue de velar por la consolidación de la "Red latinoamericana de Video Joven".

Que sea una persona, institución o asociación por país, que se encargue de representar la Red.

Para el caso Perú, se tomó por acuerdo que sea la Asociación Promotora de Video Joven ANDENES.

Para el caso Chile la institución representativa es el "Taller de TV" de la Universidad Blas Cañas.

Para el caso Argentina y de otros países, se establecerá la representatividad luego de confirmar direcciones y personas responsables.

Cada representante de las Coordinadoras Nacionales, se encargará por velar, solucionar y viabilizar las propuestas e inquietudes locales.

Cada representante se compromete a seleccionar videos realizados por jóvenes, los mismos que se enviarán a todas las demás coordinadoras que integran la Red, cada seis meses (mayo y noviembre).

Las coordinadoras deberán tener en cuenta que los videos a intercambiar estén grabados en la modalidad SP (2 horas).

Cada representante nacional se encargará de difundir el material recibido, acompañado de una encuesta, por formular, la misma que será devuelta acompañada de las críticas de la Coordinadora Local.

Cada representante nacional se encargará de buscar espacios de información y difusión para la Red, la misma que será intercambiada con las experiencias de producción.

Cada Coordinadora Nacional se encargará de buscar fuentes bibliográficas existentes en su país, las mismas que serán canalizadas a través de la Red.

Video Popular

- El video popular promueve toda acción que permita la expresión de los participantes en torno a procesos de comunicación horizontal.

- Fomenta la apropiación del medio video de parte de los grupos poblacionales implicados.
- Nos proponemos como desafío conciliar la comunicabilidad con el desarrollo estético.
- Creemos imprescindible contribuir a sensibilizar a la sociedad sobre la legitimidad de los procesos comunicacionales presentes en el video popular.
- Consideramos que el video popular debe aportar a la construcción de un universo simbólico latinoamericano, posibilitando el acceso y conocimiento de nuestras culturas nativas.
- El video popular puede contribuir a despertar en el individuo una conciencia de sí, del otro y de su ambiente para, a partir de allí, intervenir en la búsqueda de una transformación de su calidad de vida.
- Que en los futuros eventos se recoja la dinámica de la organización del Video-Foro metodológico denominado "Video Vaca", basado en la solidaridad e integración de los participantes, buscando dar continuidad a la movilización de los comunicadores en torno a sus producciones, por los buenos resultados obtenidos en QOSQO '92.
- Establecer un compromiso de información oportuna y transparente a nivel de todo el Movimiento Latinoamericano de Video.
- Potenciar las redes de difusión establecidas, mediante la distribución de catálogos actualizados e intercambio de material audiovisual.
- Crear instancias recíprocas de capacitación, asistencia técnica y conocimiento de experiencias.-
- Generar instancias modulares de coproducción a nivel latinoamericano, que permitan la ampliación del espacio audiovisual.
- Integrar a los usuarios en las dinámicas de producción.
- Diseñar mecanismos de evaluación que recojan las opiniones de los usuarios, generando un proceso de interlocución.
- Diseñar investigaciones y estudios de públicos que permitan conocer las demandas de la población en torno a nuestra producción.
- Sistematizar los procesos de producción y las metodologías de trabajo.
- Impulsar el proyecto de realización de un video de creación colectiva, cuya dinámica comprende dos niveles: el video producido y el video proceso que explica la metodología de trabajo de elaboración del video.

Cada realizador deberá enviar un cassette con un producto de 5 minutos de duración, en sistema NTSC, sobre un tema común: los niños trabajadores; además enviará otro video con el procedimiento metodológico. Se ha optado por el tema mencionado en solidaridad con los miles de niños trabajadores latinoamericanos, buscando dignificar su imagen y promover un cambio de esta situación.

El envío se hará al centro sistematizador y distribuidor. Se cuenta con un plazo de seis meses a partir del primero de enero del '93.

INVITAMOS A TODAS Y TODOS A PARTICIPAR DE ESTA EXPERIENCIA QUE CONTRIBUIRA A LA CONSOLIDACION DEL MOVIMIENTO DE VIDEO POPULAR LATINOAMERICANO.

Televisiones Comunitarias

- Constituirse en Red Latinoamericana de Televisión Comunitaria que buscará su ampliación con otras experiencias del continente.
- A partir de la identificación de avances y necesidades comunes, se conviene cooperar interactivamente para el intercambio en los diversos campos y específicamente en lo relacionado con metodologías, productos y procesos.
- Identificar y buscar intercambio y cooperación con otras experiencias y organizaciones de nuestro campo a nivel internacional.

De igual manera la Red consideró urgente para el avance y sostenimiento de las TVs Comunitarias:

- La capacitación y actualización del personal que trabaja en el área creativa.
- La actualización y mantenimiento de equipos y tecnologías que respondan a los requerimientos básicos de los televidentes.
- El planeamiento eficaz y evaluación permanente de la programación que se emite.
- La capacitación del personal para el manejo administrativo de canales con el objeto de que estos puedan sostenerse y gozar de márgenes financieros para asegurar actualización de equipos y capacitación de personal.
- Avanzar en legislaciones democráticas que ofrezcan y protejan la libertad de expresión y eliminen las trabas que hasta ahora se imponen al medio.
- Esta Red Latinoamericana de Televisión Comunitaria la componen por ahora: TV Sicuani, Cusco, Perú; Canal 45 de Villa El Salvador, Lima-Perú; La experiencia de la Municipalidad del Bosque en Chile; El CIAN de Pasto, Colombia.

Resoluciones Generales

- Que los encuentros latinoamericanos tengan una periodicidad bianual. El V Encuentro se realizará en Cuba en el año 1994 y el VI Encuentro será en Brasil en 1996.
- Realizar reuniones intermedias de evaluación y planificación que se llevarán a cabo en Colombia en 1993 y en Honduras en 1995. Estas reuniones contarán con la participación de delegados de los países adscritos al movimiento.

- Otorgar facultades de interlocución con instituciones de cooperación y en coordinación con las comisiones organizadoras de los eventos mencionados a los organismos siguientes:

- Asociación Brasileira de Video Popular.
- Movimiento Boliviano de Trabajadores de la Imagen.
- Movimiento Nacional de Video de Cuba.
- Asociación Gremial de Productores de Cine, Video y Televisión de Chile.
- Movimiento Nacional de Video de Honduras (Video Arte)
- Asociación de Productores de Cine y Video de la República Oriental del Uruguay.
- Videocombo, Colombia.
- Asociación de Video de Lima, en coordinación con la Asociación de Video de la Región Inca, la Asociación de Videastas de Ica y la Asociación de Video de Tacna.

Por razones de fuerza mayor varios videastas ecuatorianos no pudieron llegar a la sede del IV Encuentro Latinoamericano de Video. Ecuador solicitó su incorporación al Consorcio Latinoamericano. Pedido que la Comisión Organizadora de QOSQO '92 considera atinada por la trayectoria del Movimiento de video Ecuatoriano.

- Que se incorporen los acuerdos finales del Encuentro y los acuerdos de las Comisiones Especiales.
- Que el Informe Final de QOSQO '92 contenga el informe del Seminario Taller de Capacitación.
- Agradecer y reconocer a Perú por el magnífico encuentro organizado en el Cusco.
- Que los informes de los encuentros contengan el balance económico.
- Enviar una carta de saludo a la ONU por su solidaridad con Cuba.

Ponencias Centrales
Qosqo 92

Diagnóstico del Movimiento Latinoamericano de Video

Enrique González-Manet
ICRT, Cuba

Miembros de las asociaciones nacionales de video e interlocutores nacionales de Chile, Colombia, Cuba, México, Uruguay, Argentina, Brasil, Bolivia, Perú y Honduras, convocados por la Asociación de Video de Lima (AVL) como organizadora del IV Encuentro de Cusco 92, se reunieron los días 21 y 22 de noviembre para tratar sobre el diagnóstico del Movimiento Latinoamericano de Video en el período que media desde el III Encuentro de Montevideo 90.

Líneas convergentes manifiestas en el desarrollo de la producción y el surgimiento de nuevos grupos de realizadores independientes, así como el creciente acceso de materiales de video popular a las televisiones locales, de servicios públicos y privadas, y una aproximación más concreta y práctica a la institucionalización de la actividad audiovisual, caracterizan las experiencias del Movimiento Latinoamericano de Video en estos últimos años.

Aspectos diferenciados en los sectores de organización y desarrollo, creación de videotecas y progresiva elaboración de materiales de ficción en diversos países, matizan cambios significativos que indican un creciente proceso de maduración y concertación de las asociaciones y del Movimiento en su conjunto. Por su carácter motivador, estas experiencias particulares ameritan ser reflejadas de modo expreso en el conjunto de avances relativos logrados durante este período, por lo que la síntesis de los informes por países se recoge como anexo a este documento.

Problemas Fundamentales

Los problemas fundamentales que afronta el Movimiento, y en general la producción del video alternativo, se refieren a las fuentes de financiamiento, investigación, distribución y comercialización. Y, en menor medida, a la difusión y capacitación. Estos temas constituyen la clave central de la supervivencia y consolidación de una actividad cuya importancia se revela en la necesidad de comunicar y expresar nuestra identidad y voluntad de participación activa en la sociedad.

Es de especial significación que los cambios visibles, como la concurrencia de nuevos actores sociales y el surgimiento de espacios alternativos de producción y circulación de mensaje, se produce en un marco legal rezagado con respecto al impacto de las nuevas tecnologías de información en el ámbito económico, social y cultural.

Este vacío regional, resulta de la ausencia de políticas nacionales de comunicación y del temor de los intereses transnacionales y domésticos a la estructuración de espacios populares y servicios públicos, es enfrentado actualmente en algunos países mediante la gestión, exitosa en ciertos casos, de legislaciones básicas, que podrían garantizar la producción y estabilidad del video alternativo como factor esencial de la industria cultural.

Estas señales estimulantes tienen el mérito de producirse en momentos de extrema dificultad para nuestros pueblos por la incidencia de prolongadas crisis económicas, aceleración incontrolable de la deuda externa, acentuación del intercambio desigual, privatización generalizada de los bienes y recursos públicos, y desregulación de las normas del Estado.

En particular, la erosión o cancelación de políticas nacionales, inhibe iniciativas de mediano y largo plazo que permitirían proyectar acciones futuras. Pareciera como si los planes e iniciativas relevantes en el campo de la cultura vinculados a la expresión popular, estuvieran cada vez más adscritos a la iniciativa creadora y a la voluntad de ser de los grupos independientes del video.

Otros elementos que deben ser tomados en cuenta son los que derivan de la expansión global de una industria cultural caracterizada por su alcance mundial, grandes inversiones y concentración del poder en estructuras multimediales cuyas funciones y servicios son cada vez más articulados. Estos medios como la transmisión directa de satélite, redes de distribución por cable o microondas, antenas parabólicas y, eventualmente, la televisión de alta definición, podrían contribuir a la diversidad y democratización cultural y a la preservación de las identidades, pero producen "mas de lo mismo" en el marco de objetivos de lucro y alienación consumista.

Tales fenómenos que tienden a agravarse, desatan una fuerte competencia no sólo comercial y de mercados, sino también en términos de espacio temporal para los diversos usos audiovisuales, e incluso para la autoformación y el intercambio interpersonal. Una referencia es que en América Latina es posible captar más de 120 canales de 30 satélites que ofrecen unos 25 mil programas mensuales, principalmente películas de acción y entretenimiento.

Es significativo que en los últimos 3 años se ha producido en el Continente una verdadera explosión de antenas parabólicas calculadas hoy en más de un millón de unidades, sin que ninguno de nuestros países haya legislado al respecto acorde a políticas de preservación de la cultura propia y de la soberanía. Esta situación, de incierto pronóstico, hace más responsable y perentoria la acción de los grupos de video.

De modo contradictorio, se reveló en los informes y debates de diagnóstico del IV Encuentro, que el abaratamiento de precios y creciente perfeccionamiento de las cámaras y equipos de edición y transmisión, abren posibilidades de

participación mayor. Su resultado en los dos últimos años ha sido la creación de nuevas vías de acceso y el surgimiento de nuevos grupos de productores, realizadores, emisores y difusores. En algunos casos, el impacto puede medirse por la aparición de miles de amateurs del audiovisual, que sin duda han de enriquecer el Movimiento Latinoamericano de Video.

Los informes de casos de los países participantes en el IV Encuentro indicaron que subsisten limitaciones materiales, poca gestión y falta de eficacia respecto a situaciones y problemas ya enunciados en anteriores encuentros regionales, como la Habana, 1987; I Encuentro de Santiago, 1988; II Encuentro de Cochabamba, 1989; III Encuentro de Montevideo, 1990. Entre estos aspectos figuran los siguientes:

Organización

- Aunque un número significativo de países cuentan con asociaciones departamentales o regionales (Argentina, Chile, Honduras y Perú) cada vez más concertadas, muy pocos poseen estructuras coordinadoras a nivel nacional (Bolivia, Brasil, Cuba y Uruguay), lo que dificulta la aplicación de acciones y estrategias comunes. Además, los grupos y recursos tienden a concentrarse en las capitales y ciudades de importancia.
- No existe legislación directa sobre video en ninguno de los países de la región, en la que han estado ausentes las políticas de información y comunicación: pese a la rápida privatización de comunicación, en América Latina y a la desaparición de una decena de ministerios de información en los últimos 15 años, varias asociaciones libran continuados esfuerzos por la aprobación de leyes específicas sobre el audiovisual y el video, promovidas con el respaldo popular y el apoyo de algunas instancias institucionales, preocupadas por el auge irrestricto del mensaje extranjero y la libre circulación de imágenes sobre las fronteras. Este es el caso de Brasil, Uruguay, Argentina y Perú, habiéndose aprobado las de Ecuador y Bolivia.

Difusión

- Se han organizado algunas videotecas -incluso de carácter público, no siempre bien estructuradas-; pero los grupos que acumulan fondos no promueven su difusión y comercialización. En algunos casos, esta alternativa obedece a coyunturas generadas por la televisión privada en países donde existe un elevado número de canales.
- Son casi inexistentes los catálogos y directorios nacionales, salvo en unos pocos países en que se encuentran en procesos de organización, junto a la elaboración de bases de datos. A esta falta de información básica se une una situación de pasividad entre los intercambios y la necesidad de participación sistemática en redes nacionales y regionales.
- Hasta muy recientemente, una elevada proporción de materiales de video estuvo centrada en la temática educativa y los documentales, abriéndose en el presente a una diversidad de géneros incluida la ficción. Ambos temas

centrales no han dejado de tener vigencia por imperativos de la realidad latinoamericana. Incluso en algunos países como Colombia y Cuba se ha desarrollado el Video Educativo. Pero ahora estos géneros coexisten en una dimensión de mayor madurez estimulada, por el aumento del nivel técnico, la elevación creciente del lenguaje artístico y una mejor educación a los mercados y los espacios de servicio social.

- Continúa e incluso se acelera la tendencia a la desaparición de las salas de cine o teatro, ante la expansión de los nuevos sistemas de transmisión, en particular, las redes y antenas parabólicas. Sin embargo, en algunos países como Bolivia, estos centros están siendo reconvertidos en salas para proyección de video en funciones diarias, lo que abre expectativas de interés para los productores.
- En varios países han surgido numerosos canales locales de corto alcance y se han creado espacios de participación en la televisión abierta, pública y privada, para la proyección de obras o ciclos de utilidad social, sin excluir el entretenimiento y la información. Este es el caso de Bolivia con la televisión estatal: del Perú con el programa semanal "Manzana V" en el canal 7, estatal: Chile con el programa "Cine-Video" en la televisión nacional: y Cuba con el programa "En Video" del canal Cuba-Visión de la TVC.

Comercialización

- Por razones de solvencia, en la misma medida en que ha aumentado el nivel cualitativo de las producciones, se ha incrementado el "Trabajo a terceros", en particular destinado a la publicidad comercial, al "video-home" y al "Video-broadcasting".
- Subsiste un cierto rechazo o distanciamiento hacia las prácticas del mercado, pues un alto porcentaje de los grupos no comercializa su producción ni promueve mecanismos de rentabilidad. Aunque difícil de conciliar con la actividad creadora y proyectos culturales, la eficacia empresarial sin propósito de lucro es imprescindible para la consolidación del video alternativo.
- La circulación de videos con objetivos de extensión cultural cuenta con escasa recuperación financiera. Pero, a pesar de la incertidumbre económica, en la mayor parte de los grupos independientes, el trabajo continúa en dos vertientes identificadas cada vez más como complementarias: la popular y la comercial.

Financiamiento

- Son muy escasas las coproducciones y la cooperación financiera internacionales. Incluso existe una declinación de interés temático mantenido hasta ahora por organizaciones no gubernamentales e instituciones extranjeras, más preocupadas por la ecología y el medio ambiente, y menos por las cuestiones sociales.

Constatamos, finalmente, que el Movimiento Latinoamericano de Video coadyuva a partir de estas experiencias e iniciativas en el audiovisual, a impulsar los esfuerzos por la identidad cultural, la democratización y la justicia social en el Continente.

Panorama de las Nuevas Tecnologías de Información

Laurien Alexandre

Decana de Asuntos Académicos
Universidad de Antioch
Los Angeles, Estados Unidos

Trataremos de hacer una rápida descripción del contexto global y del papel que las nuevas tecnologías de información tienen en el curso de una increíble situación mundial. En este ámbito también haré alusión al Nuevo Orden Internacional de la Información, los esfuerzos por la democratización de la comunicación, y las opciones de los pueblos progresistas en el mundo. Es en esta última área que el trabajo de los activistas del video tiene un importante papel.

El mes pasado el periódico LOS ANGELES TIMES publicó un suplemento especial sobre LA COMUNICACION EN LA ALDEA GLOBAL, en el que se acreditaba el rol de la televisión en el "sorprendente colapso del comunismo en Europa Oriental". El diario agregaba que "si la televisión había ayudado a derribar sus gobiernos totalitarios y promover la democracia global, también -para bien o para mal- encabezó una moderna cruzada para difundir la cultura popular en el mundo, así como los caballeros medievales extendieron la Cristiandad". El tono aprobatorio de la omnipotencia tecnológica adquiere aquí un carácter tan universal como falto de sentido crítico.

La prominencia de esta moderna "cruzada" quedó demostrada con la cobertura mundial de la Cadena CNN (Cable News Network) sobre la guerra del Golfo Pérsico. Las tecnologías hacen hoy posible las comunicaciones globales. Mientras el mundo presenciaba en tiempo real el bombardeo de Bagdad, como si se tratara de un juego electrónico, los comentaristas pasaban por alto -no por casualidad- que la Guerra del Golfo revelaba una nueva dimensión del monopolio y control informativos.

Los mensajes e imágenes fueron transmitidos por una sola cadena CNN que a su vez adquiría el material de dos fuentes esenciales, el Pentágono y la Casa Blanca. En consecuencia, afirma el profesor Herbert Schiller, "la percepción de la mayor parte del mundo acerca de lo que estaba ocurriendo en el Golfo y lo que ello significaba, procedía de una sola fuente norteamericana".

Es necesario hacer un comentario sobre el carácter de esta fuente. Incuestionablemente, la posición dominante de Estados Unidos ha cambiado de modo drástico en la última década. Al alcanzar el status infamante de super-poder militar en el mundo, su una vez fuerte economía se ha deteriorado tanto a escala doméstica e internacional que ello constituye un nuevo dato.

A pesar de todo, no nos engañemos sobre su magnitud e influencia, pues su economía representa una enorme fuerza ascendente a seis millones de millones anuales. Mientras en algunos sectores el poder político/económico de Estados Unidos se ha restringido, en el nuevo mundo multipolar (integrado por Norteamérica, Japón y Alemania) es aún la fuerza dominante en la infraestructura de la información global.

Un ejemplo es que los principales usuarios de las nuevas tecnologías de información a escala global, aparte de los servicios militares, son las grandes corporaciones norteamericanas. Sobre las 500 mayores empresas en 1990, la revista "Fortune" informó que Estados Unidos encabeza la lista con 167, mucho más que la suma combinada de Japón, Alemania y Canadá.

En forma similar, Norteamérica produjo el 70% de las bases de datos a nivel mundial en 1990. Hay otros ejemplos, pero es suficiente decir que las corporaciones globales de Estados Unidos disfrutan actualmente de gran prosperidad, en momentos en que este país languidece y su influencia mundial disminuye. Aún más, los productos de la industria cultural/informativa norteamericana, alemanes, japoneses, franceses, ingleses, brasileños y de otros países que invierten cada vez más en esta industria transnacional.

Por esta razón, las técnicas y estilo cultural norteamericanos -reconocidos como los más populares internacionalmente- tienen alcance transnacional y sirven las necesidades ideológicas y de mercado del capitalismo, cualquiera sea su origen. Debido a que el supremo objetivo de sus productos culturales es publicitar, promover y vender el consumismo, se ha convertido en el instrumento ideal de los negocios transnacionales.

Al analizar el impacto de las tecnologías de información -en particular, las audiovisuales- así como sus aplicaciones y alternativas, no podemos olvidar la dimensión y alcance de los sistemas transnacionales de comunicación. Estos medios, entre los que deben incluirse la televisión, el sistema de cable, el cine, la edición gráfica, grabaciones, bancos de datos, satélites y computadoras, llegan a todos los sectores e influyen directamente en nuestras vidas.

En momentos de depresión y abrumación tecnológica, puedo asegurarles que veo su impacto negativo por todas partes, con muy pocos beneficios. Estas tecnologías se inmiscuyen en nuestra vida personal y moldean nuestro modo de ser a través de la irrealidad televisiva y las imágenes transnacionales de riqueza, belleza, felicidad y armonía social.

Nuestra privacidad personal ha sido tabulada y distribuida a los bancos de datos comerciales y las operaciones de inteligencia del Estado. Nuestros centros de trabajo han cambiado y el ritmo laboral, sea intelectual o manual, ha sido acelerado por la computación y otros medios rápidos como el fax. Ellos irrumpen en los procesos políticos de todos los países, transformando los

problemas sustantivos en menciones televisivas de 15 segundos y a los candidatos electorales en papilla ideológica pre-digerida.

Las tecnologías han permitido al sector corporativo introducirse masivamente en la cultura doméstica e internacional y diseñar los estados de opinión a nivel mundial. Herbert Schiller afirma que "poderosas empresas norteamericanas utilizan sus considerables recursos en colaboración con sus similares extranjeras, para lograr a escala internacional el control operativo que aplican nacionalmente a través de la manipulación de los consumidores, del establecimiento de la agenda pública, la despolitización de los ciudadanos y la comercialización del espacio cultural".

No hace mucho, la comunicación en Europa Occidental y en muchas partes de Asia, Africa y América Latina, era del dominio exclusivo del Estado. Ahora, los intereses corporativos transnacionales y domésticos han privatizado y comercializado los servicios estatales de transmisión y telefonía. Presentados entusiastamente como un triunfo de la libertad y del libre flujo de la información, los beneficios directos de esta transformación han ido abrumadoramente a las corporaciones globales... no a personas como ustedes o yo.

Es muy importante reconocer que estamos hablando de una economía cultural de carácter global. El hecho fundamental es que todas las industrias norteamericanas están siendo prácticamente eliminadas por la competencia extranjera.

Los medios de información y sistemas audiovisuales están siendo adquiridos por las industrias extranjeras rivales. Esto ha traído como resultado la adquisición foránea de las mayores empresas cinematográficas junto con las casas editoras y agencias publicitarias más importantes.

Tales adquisiciones reflejan el debilitamiento de la economía norteamericana en general y no solo del componente informativo/cultural. En términos reales, este sector ha logrado los mejores resultados alcanzados hasta el presente. Sus productos tienen demanda global y su administración y talento creador son igualmente exitosos. Así, aunque el poder político de Estados Unidos pueda estar en declinación, no hay signo alguno de debilitamiento del impacto de los productos culturales norteamericanos.

La transnacionalización de la cultura, la privatización de los servicios públicos y la concentración de la propiedad de las tecnologías de comunicación, son tendencias conocidas en el Tercer Mundo hace varias décadas, aunque no en la escala en que hoy ocurren. En consecuencia, los países No Alineados presionaron por la democratización global de la información -concepto conocido como Nuevo Orden Internacional de la Información- para igualar esta demanda con una reestructuración global de la economía, identificada como Nuevo Orden Económico Internacional.

La culminación de los esfuerzos del Tercer Mundo por reformular el contexto de la información global se manifestó en el establecimiento de la famosa Comisión MacBride, de la Unesco, y de su informe semanal "Muchas Voces un Solo Mundo", e identifica de hecho las tendencias globales de la comunicación. El documento expresa preocupación por el poder incontrolable de las

transnacionales, los flujos de información de una sola vía, la excesiva comercialización de la cultura y la necesidad de preservar la soberanía cultural. Entonces aún había esperanzas de lograr algo positivo. Nuestras esperanzas de esos años, sin duda, se han reducido. Muchas cosas ocurridas en el escenario global afectan tales signos de esperanza: el Nuevo Orden Mundial de la Información y la UNESCO, organismo internacional para su tratamiento específico, fueron objeto de agresiones encarnizadas por parte de la Administración Reagan y los medios tradicionales. Los países que luchaban por un orden social alternativo, como Nicaragua, o aquellos que se desviaron del camino, como Panamá, fueron amenazados en distintas formas, desde el sabotaje económico a la invasión militar. El socialismo de Estado, una vez simbolizado por la Unión Soviética, fue quebrado económica e ideológicamente. La eliminación de lo que fue una vez el bloque soviético, lo mismo que el llamado capitalismo occidental (incluido Japón), ha dejado al mundo con un solo e inmenso mercado a merced de las corporaciones transnacionales.

Las infraestructuras de comunicación en la mayor parte del Tercer Mundo han sido privatizadas y traspasadas a las grandes corporaciones o a sus colaboradores nacionales. Consorcios gigantes como Time-Warner, Berlusconi y Sony, dominan hoy la lucha por las mentes de billones de seres humanos en el mundo, la combinación del poder financiero, informativo y militar, empleado para mantener el actual orden global, no será fácil de vencer.

Qué significa todo esto para América Latina y el resto del llamado Tercer Mundo? Recordemos las fuertes palabras del escritor uruguayo Eduardo Galeano, publicadas tras la derrota electoral de los Sandinistas en su ensayo UN NIÑO PERDIDO EN LA TORMENTA.

"Para nosotros, latinoamericanos, el capitalismo no es un sueño que puede convertirse en realidad, sino una pesadilla realizada. Nuestro desafío no está en privatizar el Estado, sino en des-privatizarlo. Para nosotros, el mercado -tanto el local como el mundial- no es más que un barco pirata, que a mayor libertad tiene peor comportamiento. Para nosotros, con o sin elecciones, el capitalismo en América Latina es antidemocrático, pues la mayor parte de la gente es prisionera de sus necesidades y está condenada al aislamiento y la violencia".

Galeano termina su trabajo con estas palabras: "Hoy más que antes es necesario soñar. La condición humana no está condenada al egoísmo y a una obscena persecución del dinero. El socialismo no ha muerto porque todavía no se ha realizado. El primer día de su larga vida futura comienza hoy".

Es desde la realidad de un sueño necesario que podemos pensar en las alternativas. Es en este lugar que activistas del video como ustedes pueden encontrar su propia visión y esperanzas.

Mientras los cambios en la arena global parecen motivar el entusiasmo acético de las élites corporativas occidentales y mientras sus beneficios recompensan sólo a este sector, el desarrollo exponencial de la industria mundial de los medios amenaza de una parte la libertad de expresión y la cultura liberadora, y de otra, comienzan a aparecer fisuras y resquebrajamientos en la estructura omnipotente del sistema de dominación. Es en estas fisuras que fundamos nuestra esperanza.

Algunos Ejemplos

Primero, el cable, satélites y redes terrestres, aumentan en número y disponibilidad. Si se pudieran establecer coherentes políticas de comunicación, las sociedades podrían organizar sus propias reglas sobre la propiedad y operación de los medios. La tendencia a la globalización coexiste junto a corrientes contrarias basadas en el localismo y la descentralización. Estas contradicciones se expresan en la radio comunitaria, la televisión y el video.

Segundo, si es cierto que la televisión y la prensa son medios que sirven para promover los bienes e ideologías del consumo a escala global, son también fuentes básicas de conocimiento popular accesible a un amplio espectro de clases sociales.

Estados independientes de televisión, periódicos y empresas de video, así como grupos de base, han demostrado a escala mundial su valor para producir información alternativa y mensajes no tradicionales. Fue, por ejemplo, en la prensa independiente de Estados Unidos que los ciudadanos norteamericanos supieron por primera vez del escándalo del Irangate. Y fue la filmación de productores independientes de video la que le mostró la demente y brutal imagen de la devastación de Irak como resultado del indiscriminado bombardeo norteamericano y aliado.

Tercero, la proliferación de las tecnologías de información acompañada a la liquidación del concepto de "masa" en muchas formas de cultura popular. El video ha arribado a muchos hogares y centros de exhibición. La gente y no un distante funcionario de la autoridad central, toma las decisiones sobre lo que ha de ver. El cable proporciona la capacidad de transmitir a diversas comunidades y sectores de la población. Existe de hecho una oportunidad tecnológica para que pueda darse el pluralismo cultural. Depende de nosotros el asumirla y ponerla en práctica.

Cuarto, las computadoras centralizan la información y la distribuyen al consumo público. El desarrollo de redes alternativas de información como PeaceNet, Econet e InterNet, han contribuido a crear una verdadera cultura de la "información libre" que cambia radicalmente las nociones convencionales del poder, el control y la naturaleza del conocimiento. No existen barreras entre las computadoras de los diversos países excepto, por supuesto, la mera existencia o ausencia de las computadoras mismas.

Y, como quinto y último ejemplo, los comunicadores de tendencia crítica (académicos y activistas) ya no tienen una visión de las audiencias como receptores pasivos de la ideología hegemónica transmitida por los mensajes globales de las élites dominantes. De hecho, los paradigmas radicales de hoy consideran las audiencias como participantes activos en la creación de significados. Esto también es una contribución al resquebrajamiento de la omnipotencia del sistema.

Los intelectuales latinoamericanos no se han dado por vencidos en cuanto a esta posibilidad, como también a la de alcanzar el sueño de un Nuevo Orden Internacional de la Información en la década de los años 90. En la obra "América Latina: Las Comunicaciones de Cara al 2.000", numerosos especialistas de la

comunicación proponen estrategias para la acción. Las mismas proveen un marco teórico de particular relevancia para los realizadores de video y otros medios.

Aunque las estrategias propuestas son numerosas, me tomaré la libertad de mencionar algunas que parecen reforzar exactamente el trabajo que muchos de ustedes llevan a cabo. Por ejemplo, apoyar el desarrollo de las organizaciones audiovisuales autónomas y los planes nacionales de comunicación es una precondition esencial para promover una cultura democrática. El compromiso con los esfuerzos de integración del mercado latinoamericano, como expresa la celebración de este IV Encuentro, es fundamental para el futuro de la lucha por la democratización de la comunicación. El establecimiento de una red de intercambio e información -tecnológica o de otro tipo- con el fin de reunir y distribuir información sobre tópicos como protección de la salud, cultura y temas críticos sobre la mujer, ayuda sin duda a la creación de nuevas y favorables coyunturas para los movimientos socio-políticos.

Uno de los resultados de la promoción de las comunicaciones a nivel local y nacional puede ser la preservación y defensa de la identidad cultural de los pueblos del continente, junto con la creación de mercados internos para estos productos culturales endógenos.

La lista de ejemplos podría ser mayor, pero esperamos haber logrado nuestro objetivo con estas referencias. Es con el trabajo que ustedes hacen y las razones que los reúnen aquí hoy, que podremos encontrar esperanzas para la realización de un verdadero Nuevo Orden Mundial de la Información.

Puedo garantizarles que sus sueños son compartidos por otros compañeros en países distantes, a los cuales ni siquiera conocen. Les deseo continuidad y mucha suerte en sus esfuerzos creadores.

Globalización, Identidad y Nuevas Búsquedas

Regina Festa¹

Festa & Santoro Comunicações

Frente al mundo global en que vivimos, la cultura global no existe. Este mundo global crea nuevas características, nuevas condiciones, nuevas estructuras de marginalidad, que impone una reorganización del mismo mundo, de la misma estructura, y ahí está la gran producción de video y toda la producción social y cultural. Pienso que podemos tener alternativas generadas por las mismas contradicciones de este mundo global: las contradicciones entre el norte y el sur, dentro del sur mismo, y entre todos los distintos actores. Aparecen nuevas marginalidades generadas por este sistema global.

Para hablar de la democratización de la comunicación es interesante señalar algunos pasos que ya hemos dado en estos años en nuestra historia organizativa en América Latina frente a lo que se llama la democratización de la comunicación. Tenemos clara la necesidad de acceso a la televisión, de acceso a ser visibles; sin visibilidad no hay posibilidad de existencia.

Tenemos ya sobre la mesa varias discusiones sobre la cuestión de legislación. Gracias a lo aprendido, sobre todo a partir de los años 70 y 80, casi en todos los países hay hoy una gran discusión sobre la participación en la legislación sobre comunicación, sobre el derecho de acceso, sobre el derecho de hacer públicos. Sin embargo, hay que tener presente que la existencia misma de medios no garantiza la democratización de la comunicación, y ese es un problema que de alguna manera también ya está presente. Ya sabemos que tenemos que participar, que tenemos que ser visibles, que tenemos que enfrentar legislaciones; pero todavía no hemos dado el paso hacia el control social del proceso.

Hay tres puntos importantes que señalar como desafíos hacia adelante: un primer desafío es el que plantea la existencia misma de este mundo global, que se constituye y se organiza bajo la estructuración de la tecnología en el mundo; el segundo punto que tenemos que enfrentar a mi juicio es la crisis de la imagen. El tercer problema es un poco más amplio: qué vamos a hacer frente a la que yo

¹ Texto editado a partir de la transcripción de su charla en el IV Encuentro Latinoamericano de Video, Qosqo '92.

llamo reintegración de América Latina? Esto ya está presente con el MercoSur, con el Pacto Andino, con el Pacto Amazónico, con el Mercado Común Centroamericano, etc.

Un Mundo Distendido

Voy a empezar discutiendo el concepto que yo llamo el mundo distendido. Rescato aquí un aspecto clave que está presente ya en nuestros trabajos, en nuestra trayectoria, y es que nosotros los videastas somos los hijos pródigos del Nuevo Cine. Sin entender la historia me parece difícil entender lo que yo voy a llamar el mundo distendido. En los años 60, el Nuevo Cine Latinoamericano vivió una realidad muy distinta de la que vivimos hoy. La primera diferencia es que el Nuevo Cine Latinoamericano nace, se organiza, se consolida bajo un concepto de nacionalidad, de organización de lo político, de lo social y de una estructura de sociedad que entonces era posible trabajar alrededor de la cuestión cultural. Los cineastas del Nuevo Cine Latinoamericano no es que hayan sido parte integrante de esta cultura, sino más bien una suerte de intermediarios de la misma. Había pasión por hacer las cosas, voluntad de hacer las cosas, y eso estuvo muy presente en los momentos del Nuevo Cine; había además un movimiento revolucionario latinoamericano, una gran utopía de transformación. Todo eso ha formado una base muy sólida para la consolidación de una estructura nueva, de otra concepción de imágenes que han surgido en América Latina, de la cual el Nuevo Cine es parte, como también es parte la literatura y el arte en general.

En los años 70 todo eso empieza a cambiar, básicamente por dos fenómenos que son claves: el primero es el de la represión que se da en toda América Latina, una represión que pasa por el militarismo, por la auto-represión interna, por una reestructuración, pero también pasa por la definición de las industrias culturales, a través de la cual el cine se hace mercado. Esta industria cultural va a tomar nuevas dimensiones entre 1975 y 1982, período en el que se impone en América Latina la gran figura de la televisión.

Junto con el militarismo, junto con la represión, junto con los problemas que tiene este Nuevo Cine hay una revelación que empieza a tener un nuevo concepto de la imagen, pero que ya no es más la imagen constituida por lo que ha generado el Nuevo Cine Latinoamericano. Esta imagen empieza a romperse a partir de las industrias culturales, de la televisión, de toda la cinematografía que viene desde el exterior. Nace una generación que ya no tiene acceso a esta imagen propia. Esta generación deja de conocer -y la generación posterior también- la imagen que América Latina tenía de sí misma, la imagen construida por el Nuevo Cine Latinoamericano.

Los años 80, la llamada década perdida, son también la década de la gran transformación, de la gran revolución tecnológica. No sólo gracias a la televisión, sino también por la introducción de las industrias culturales, que se desarrollan como un proceso latinoamericano de entrada a las nuevas tecnologías. Este proceso es el que favorece aún más lo que yo llamo la pérdida de la imagen que América Latina tenía de sí misma.

El video emerge junto con las grandes transformaciones e innovaciones tecnológicas de la llamada década perdida. Quienes van a recomponer esta imagen propia en América Latina son los videastas; esto es parte de nuestra historia. La imagen de la represión, de las transformaciones culturales; la imagen de cómo confrontarnos; todo esto empieza a darse a través del video.

Crisis de Imagen

Entre lo que tenemos nosotros y la imagen que había constituido el Nuevo Cine hay una distensión revelada por la imagen impuesta a través de la televisión, una imagen mundial. En esta sociedad tenemos cada vez más acceso a imágenes provenientes de Estados Unidos, de Europa; imágenes que no nos componen. El concepto que tenemos de nosotros mismos ya no tiene reflejo. El concepto que tenemos es el de una imagen que viene de fuera y se re-crea adentro. Eso genera un desafío clave para nosotros, un problema que en la antropología se llama desterritorialización: esto que quiere decir que las personas empiezan a perder su cultura e incorporar otras culturas, para llegar a una síntesis cultural cada día más grande. Esta distensión de la imagen nos hace perdersnos culturalmente de nosotros mismos, sobre todo en sociedades que se toman cada vez más urbanas, pero que surgen bajo el fenómeno de la desterritorialización. Esto genera problemas en relación con el concepto de nación, y está muy presente en las nuevas generaciones.

A su vez, el no tener más tan claro el concepto de nación genera otra reterritorialización; se van formando distintos grupos de acción en la sociedad, surgen nuevos grupos de interés, grupos de raza, grupos de actividades, y van generando un problema muy complejo alrededor de lo que entendemos por comunidad. Hay extracciones que se van generando, comunidades extendidas, imágenes extendidas. Esto no quiere decir que sean imágenes públicas, lo que quiere decir es que son imágenes cada vez más "de grupos" y no tanto imágenes de nación.

¿Cuál es entonces la imagen que tenemos de nosotros mismos? ¿Cuál es la imagen que estamos produciendo? No tenemos cómo reincorporar mucho de lo que planteara el Nuevo Cine Latinoamericano, porque tuvo una vigencia que ya no es posible en este momento.

¿Qué imagen tenemos de nosotros mismos, qué imagen queremos construir, qué imagen queremos hacer pública, cuál es la imagen que queremos hacer visible? Existe aquí un problema de constitución de la identidad latinoamericana. ¿Qué podemos hacer en la constitución del nuevo concepto de imagen en todas estas transformaciones que se están dando en América Latina? ¿Cómo procesamos lo cultural, la vida cotidiana? Tenemos claro que necesitamos construir identidades grupales, identidades de interés, y sabemos que nuestras comunidades están distendidas. Los indígenas no son sólo peruanos, son mundiales; la lucha de la mujer no es solamente la de la mujer latinoamericana, es mundial; la gestión de los niños no es problema sólo de un país ni solo de una comunidad... Todo esto tiene una relación global, y es ahí donde surge la gran confrontación con la cultura mundial. La gran pregunta es: ¿qué imágenes queremos construir de nosotros mismos, y cómo podemos enfrentar este nuevo pluralismo?

Reintegración Regional

Está claro que el neoliberalismo no hace una sociedad de mercado, está claro que deshace el Estado, y que no hay posibilidad de Estado benefactor. Hay que luchar para mantener un Estado que tenga la obligación de normalizar esta sociedad, pero también está delante de todos nosotros la reorganización de los bloques económicos en el mundo y en América Latina. En estos bloques económicos ya se han definido políticas de comunicación y de cultura que están marchando, como en el MercoSur.

Hay políticas de telecomunicaciones, de cultura, políticas para el arte; se están discutiendo incentivos para el cine, incentivos en el campo de las nuevas tecnologías, posibilidades de implementar un satélite para el MercoSur. Estas cuestiones están ya todas sobre la mesa, como también está la definición de políticas mínimas de telecomunicaciones en todos los países de América Latina hasta fines del 93. Queremos ahora no sólo pelear la entrada a la televisión, sino pelear en las discusiones de legislación de cable difusión, porque eso que ya está discutiéndose en el primer mundo. Es parte de la integración fundamental en la cual nosotros vamos a insertarnos. Allí entra la TV por cable, la TV comunitaria, todas las otras televisiones para el futuro, que no son sólo estas emisiones chicas; son también las grandes cadenas, y si no entramos ahora para controlarlas no haremos visible lo que ha sido producido por el Nuevo Cine, ni lo que está produciendo el video latinoamericano, ni las nuevas maneras de producción por grupos de interés que se organizan en toda América Latina.

Por la información que tengo, la calidad de los trabajos ha cambiado y mejorado muchísimo, pero aún así no es suficiente, porque los desafíos para los años 90 son otros: cómo vamos a enfrentar los bloques, qué pensamos de nuestra imagen, cómo nos vamos a hacer visibles, cómo podemos pelear por el control de la visibilidad, por el acceso a las nuevas tecnologías, por el control de las leyes de cable difusión en América Latina? Estos son problemas claves.

El Movimiento Latinoamericano tiene que estudiar el papel de los bloques, porque ya no estamos hablando en América Latina del papel de la latinoamericanidad; estamos hablando de una América Latina reintegrada con un proceso frente al cual está la dominación tecnológica. No tiene nada de utópico. Lo que está sobre la mesa son las nuevas tecnologías y lo que nosotros haremos frente a ellas.

El sueño no ha acabado, aunque lo digan todos los problemas que tenemos por cuestiones políticas, partidarias, sindicales, estatales. No, porque la marginalidad ha aumentado muchísimo. Frente a esta sociedad que tiene hoy mucha más información de la que tenía en los ochentas, somos mucho más exigentes y podemos reconstruir sueños distintos de los que teníamos. Este encuentro es para mí la prueba de que podemos enfrentar el *World System*, la modernización, los grandes aparatos tecnológicos; porque el mundo no podrá sobrevivir con la concentración del poder en manos de un 10% de la población en el año 2000.

Para nosotros, que estamos haciendo video, estos desafíos, este momento de nuevas búsquedas, nuevas creativities, nuevas estéticas que generar, puede

enfrentarse porque se ha ganado ya mucho en calidad técnica, en investigación, en información.

Espero que mi aporte haya sido optimista, porque me siento muy optimista con las posibilidades que tenemos delante, si miramos los años ochenta sin nostalgias, juntando todo lo que hemos aprendido hasta ahora.

Directorio del Movimiento Latinoamericano de Video



Argentina

Sociedad Argentina de Videastas SAVI

Oscar Cuervo, Coordinador

Juncal 2029

Buenos Aires 1116, Argentina

tel 806 0208

¿Por qué te conviene asociarte a la SAVI?

Porque es la entidad representativa de los videastas argentinos.

&

Porque nuestras muestras son vistas por miles de personas en todo el país.

&

Porque podés participar del diseño de nuestra política de muestras.

&

Porque te ofrecemos asesoramiento técnico.

&

Porque te mantenemos informado acerca de las muestras, festivales y concursos nacionales e internacionales.

&

Porque poseemos la única videoteca de video independiente en la Argentina, con más de un centenar de títulos.

(tomado de "La Cosa del Video", publicación bimensual de la SAVI)

Bolivia*Movimiento Nacional de Cine y Video Boliviano*

Avenida Arce 2342
Apdo. Postal 14531
La Paz, Bolivia

tel 325305
fax 328318

Es fundado en La Paz en Marzo de 1983 por cineastas, videistas, comunicadores y técnicos ligados a la actividad audiovisual. Sus objetivos principales estaban dirigidos a unificar a los trabajadores de la imagen en torno a metas comunes y por la defensa de sus derechos, para incentivar una labor de rescate y reafirmación cultural a través del cine y el video.

El MNCVB desarrolló durante los primeros cinco años de existencia una intensa actividad de difusión audiovisual, presentando en circuitos alternativos lo más representativo de la producción latinoamericana y boliviana, abriendo espacios de reflexión, debate y creación.

Lideró la lucha de los cineastas y trabajadores del video por la promulgación de la Ley de Cine, aprobada en 1992. De igual manera tuvo un papel prominente en la búsqueda de mejores condiciones de trabajo y de distribución, desarrollando una labor en coordinación con las organizaciones que reúnen a quienes se dedican a estas actividades.

IMAGEN ha sido el vocero impreso del MNCVB durante muchos años.

En 1989 el MNCVB encabezó la organización del II Encuentro Latinoamericano de Video en Cochabamba.

Actualmente el MNCVB es referente central de los esfuerzos de coordinación a nivel nacional. Sus actividades se centran en la capacitación y la búsqueda de mecanismos de distribución y comercialización de videos, sin abandonar la organización de actividades de difusión crítica.

(Iván Sanjinés)

Brasil*Asociación Brasileira de Video Popular ABVP*

Maria Augusta Nedachi - Secretaria Ejecutiva
Alberto López - Coordinador General

Rua Treze Maio, 489
Bela Vista, 01327
Sao Paulo, SP Brasil
tel (55-11) 284 7862
fax (55-11) 287 2259

La ABVP es una entidad sin ánimo de lucro que tiene como objetivo principal el fortalecimiento del video en el contexto de los movimientos sociales. Hoy, con ocho años de existencia, reúne 190 asociados, en su mayoría grupos o productores de los movimientos sociales, así como investigadores de diversas universidades del país.

La ABVP busca lograr sus objetivos a través de un programa integrado que articula la capacitación, la distribución y el intercambio de informaciones.

La capacitación para la producción y utilización del video busca potencializar a los agentes sociales de todas las regiones del país para lograr un mejor aprovechamiento del video en sus actividades. Los cursos procuran ofrecer informaciones e instrumentos para que los beneficiarios puedan convertirse en multiplicadores, compartiendo los conocimientos adquiridos en sus entidades y comunidades de origen.

A partir de 1987 la ABVP inició un sistema de distribución de video en formato VHS, contando con el apoyo de la Fundación Ford. La ABVP reúne las producciones en video realizadas con una perspectiva socio-cultural por videastas populares y alternativos. Con cerca de 300 títulos, la ABVP es la mayor distribuidora alternativa de video popular en Brasil, y una de las más importantes en América Latina.

En el área de información, la acción de la ABVP se da a través de los Encuentros Nacionales anuales, la publicación de boletines e informativos, y de la promoción del intercambio entre sus asociados y usuarios.

La ABVP es hoy reconocida en nuestro continente como la primera y la más consolidada red de articulación permanente en el ámbito nacional para el campo del video popular.

NOTA: al cierre de edición aún no se conocían los resultados del Encuentro Nacional de Video en Recife, que tuvo lugar a fines de Octubre de 1993.

Colombia*Videocombo*

Luis Fernando Barón, Director Ejecutivo
Ricardo Gómez, Presidente

Cra. 5 no. 33A-08
Bogotá, Colombia

tel 571 285 8977
fax 571 287 9089

El Videocombo nació en 1991 como espacio de intercambio de información y de experiencias para los interesados en el video en el país. Con una inspiración no jerárquica y no burocrática, se ha mantenido hasta ahora sin conformarse jurídicamente como Asociación, pero le llegó la hora y la personería jurídica está en trámite.

Los objetivos del Videocombo son:

- Construir un Movimiento de Video que fortalezca la comunicación alternativa, popular y democrática, que permita la expresión de las culturas populares.
- Promover actividades de intercambio de información, producción, capacitación y distribución y uso del video.

El Videocombo ha realizado talleres de capacitación y muestras de video, y publica un boletín periódico de circulación nacional. Hoy reúne más de 50 afiliados de todo el país, algunos de los cuales están constituyendo Videocombos Regionales que ayudan a descentralizar las actividades, y está en contacto con más de 150 productores y distribuidores de video, principalmente con aquellos que trabajan desde una óptica popular o alternativa.

Cuba*Movimiento Nacional de Video de Cuba*

José Antonio Jiménez, Coordinador
Calle 26 Esq. A 21, no. 301
La Habana, Cuba

El Movimiento organizó el Sexto Encuentro Nacional de Video en Junio de 1993, con participación de 161 delegados y 44 invitados. Se inscribieron a concurso 129 obras (alrededor de 25 horas!) de las cuales 14 obtuvieron premios y 7 menciones. Por primera vez instauramos el PREMIO VITRAL DE VIDEO para este evento. Además entregaron premios paralelos 6 instituciones de relevancia en el país.

El Encuentro se realizó en EXPOCUBA, donde se exhibieron todos los materiales inscritos al concurso, con entrada libre al público. Se efectuaron 5 talleres (Capacitación, Televisión Serrana, Lenguaje en video, Marketing y video y otro sobre el programa EN VIDEO que produce el Movimiento para la Televisión.

También se hizo un encuentro técnico donde se debatieron aspectos relativos a la explotación técnica de los equipos, así como las innovaciones y racionalizaciones que se han hecho en los grupos obligados por el período especial.

En estos momentos trabajamos en un acuerdo del plenario para la elaboración de los Estatutos, que permitirá crear una asociación oficial ante el Registro de Asociaciones del Ministerio de Justicia, con lo cual quedaría institucionalizado el Movimiento de manera jurídica en el país.

Cerramos el Encuentro con 77 grupos afiliados, y recientemente se han incorporado varios.

(De carta de José Antonio Jiménez, Oct 93)

Chile*Asociación de Productores de Cine, Video y Televisión de Chile*

A/C Grupo Proceso
 Fernandez Concha 85
 Santiago, Chile

o

A/C Nueva Imagen
 Fernando Acuña
 George Washington 338
 Santiago, Chile

En Santiago se organizó el Primer Encuentro Latinoamericano de Video, Santiago 88, a cargo del grupo Proceso (Hoy Nueva Imagen), Teleanálisis, Eco e Ictus.

Honduras*Movimiento de Video de Honduras*

Hispano Durón - Praxis Video
 Apartado 4577
 Tegucigalpa, Honduras

tel

En el IV Encuentro Latinoamericano de Video se acordó que la reunión preparatoria al VI Encuentro en Brasil 96, tendrá lugar en Honduras en 1995, organizada por el Movimiento de Video de Honduras, impulsado por Praxis Video.

Entre el 11 y 13 de Noviembre de 1993 tiene lugar el Primer Encuentro Nacional de Video de Honduras, Tegucigalpa 93, encaminado a promover el desarrollo del video en el país a través de la creación de un espacio para los videastas. Así mismo, se propone crear una instancia de intercambio, reflexión y búsqueda de propuestas conjuntas entre los participantes y abrir un canal alternativo de difusión de los videos de y sobre Honduras.

Las actividades propuestas son:

- I: Foro sobre el video en Honduras, situación actual perspectivas de desarrollo.
- II. Muestra de videos hondureños, en la que se exhibirán públicamente videos producidos en Honduras y videos sobre Honduras producidos en el extranjero.

(tomado de la convocatoria a Tegucigalpa '93)

Perú*Asociación de Video de Lima AVL*

Manuel Gómez 634, Lince
Lima 14, Perú
tel (51-14) 715930
fax (51-14) 714959

La AVL es una asociación que agrupa a instituciones, trabajadores y usuarios del video interesados en mejorar y crear espacios de comunicación.

En la AVL ofrecemos SERVICIOS aportando equipos de producción y difusión, videos, asesoría y capacitación para miembros del Movimiento de Video, así como para organizaciones de base y estudiantes.

El Movimiento de Video en el Perú requiere espacios de encuentro, reflexión y definición de acciones comunes para mejorar los procesos comunicativos, sus códigos y medios como un aporte a nuestra sociedad. La AVL se creó para potenciar los esfuerzos en el campo del video y coordinar experiencias conjuntas de mayor envergadura en el marco de un proceso de democratización.

"La Videoteca" es una experiencia de unión de esfuerzos, en la que venimos participando la AVL, el Servicio de Video Kantu y el Instituto de Comunicación y Desarrollo, que tiene como finalidad poner a disposición de promotores y público en general, producciones nacionales y latinoamericanas para su difusión sin fines de lucro.

La AVL es miembro de la Comisión Organizadora del III Encuentro Nacional de Video TACNA'93, en el que se está trabajando por la articulación de los videastas a nivel nacional. También está organizando el V Festival Nacional de Video, el II Concurso Nacional de Guiones, y el trabajo con televisoras comunitarias, como una forma de consolidación y ampliación del espacio audiovisual, por la democratización de las comunicaciones.

NOTA: al cierre de edición aún no se conocían los resultados del Encuentro Tacna'93, que fue aplazado para mitad de Noviembre.

Uruguay*Asociación de Productores de Cine y Video del Uruguay*

A/C Centro de Medios Audiovisuales CEMA

Yaguaron 2044
Montevideo 11800, Uruguay

tel (5982) 20 6615 23 7627
fax (5982) 96 2756

El CEMA encabezó la organización del III Encuentro Latinoamericano de Video Montevideo 90. Hoy es parte de la Asociación de Productores de Cine y Video del Uruguay.

Otros Actores Importantes para el Movimiento Latinoamericano de Video

Centro Internazionale Crocevia CIC

Maurizio Pafetti

Via Ferraironi 88/G
Roma 00172, Italia

tel (39-6) 241 3976
fax (39-6) 242 4177

Instituto para América Latina IPAL

Rafael Roncagliolo, Director

Juan de Aliaga 204, San Isidro
Apdo. 270031
Lima 27, Perú

tel (5114) 61 7949, 61 0470
fax (5114) 62 9032

Videazimut

*Coalición Internacional Audiovisual para
el Desarrollo y la Democracia*

Luis Fernando Santoro, Presidente

Rua Conego Eugenio Leite, 56B Ap. 502
Sao Paulo 05414-00 SP Brasil

tel (5511) 64 1389
fax (5511) 282 3916

Secretaria General

Alain Ambrosi, Vicepresidente

3680 Jeanne-Mance, 430
Montreal, Quebec
H2X 2K5 Canada

tel (514) 982 6660
fax (514) 982 6122

Vidéo Tiers-Monde

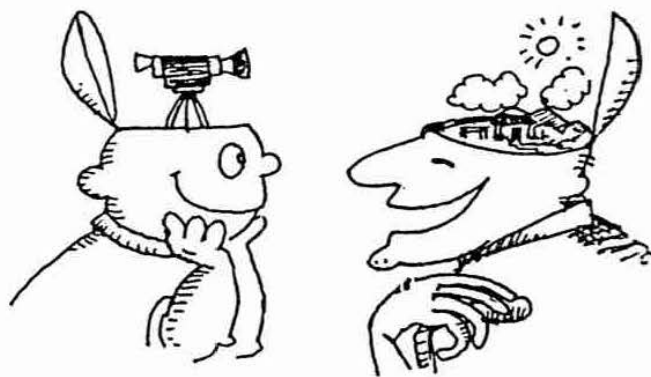
Alain Ambrosi, Pierre Levasseur
3680 Jeanne-Mance, 430
Montreal, Quebec
H2X 2K5 Canada

tel (514) 982 6660
fax (514) 982 6122

Zebra

Oficina de Información
Elmegade 5. 1.
DK 2200 Kobenhavn
Danmark

tel (45-35) 36 4070
fax (45-35) 36 0215

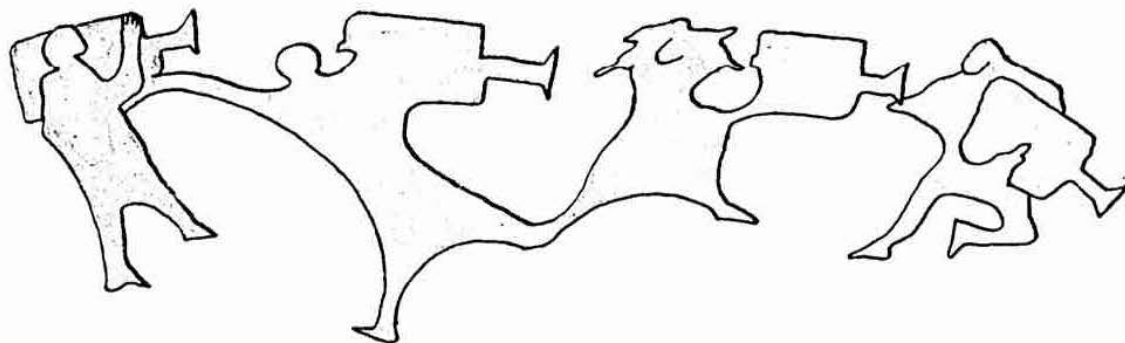


La impresión de esta obra se terminó
el día 16 de noviembre de 1993
en los talleres gráficos de

EDICIONES ANTROPOS

Carrera 100B No. 74B-03
Tels: 2282784 - 4314075 - 4337703
Fax: 433 3590
Santafé de Bogotá, D.C., Colombia

V I D E O T E C A
C i n e p



Distribuidor en Colombia
de la
Primera y Segunda Muestra
Latinoamericana de Video

además:

700 títulos
de video alternativo e independiente
de Colombia y el Mundo
con servicio de alquiler a todo el país.

Consulte el Catálogo 1993

Atención al Público: Martes a Viernes, 2-5 pm
Carrera 5 no. 33A-08, Bogotá
tel 285 8977 fax 287 9089