

Nº 17
251



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**EL VIDEO EN EL DISTRITO FEDERAL:
HACIA UNA TRAYECTORIA**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

P R E S E N T A N :
JAIME EDUARDO FIGUEROA DAZA
VELIA SANDRA HERNANDEZ ROJAS

FALLA DE ORIGEN

MEXICO, D. F.

1992



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

EL VIDEO EN EL DISTRITO FEDERAL:
HACIA UNA TRAYECTORIA

T E S I S

Que para obtener el título de

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

P r e s e n t a n

VELIA SANDRA HERNANDEZ ROJAS
JAIME EDUARDO FIGUEROA DAZA

I N D I C E

	Pág.
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I	
LA TECNOLOGIA VIDEO: SU DEFINICION Y ALGUNAS REFLEXIONES.....	4
1.1. Origen y desarrollo del video.....	4
1.2. Características técnicas del video.....	16
1.3. Definición del video.....	25
1.4. Diferencias y semejanzas con el cine y la televisión.....	34
CAPITULO II	
LA INDUSTRIA DEL VIDEO EN EL DISTRITO FEDERAL.....	45
2.1. Desarrollo de la industria en el Distrito Federal: Estudio de un caso.....	45
2.1.1. Videovisa.....	57
2.1.2. Videomax.....	65
2.1.3. Videomax y los videoclubes independientes: una opción que no debe terminar.....	68
2.1.4. Macondo Cine Video y Zafra Video.....	72
2.2. La industria del video: otros usos.....	77
2.2.1. El video en la Universidad Nacional Autónoma de México.....	79
2.2.2. Servicio de videoteca en la Universidad Iberoamericana.....	86

	Pág.
3.3.3. Difusión.....	179
3.4. Opciones para su difusión.....	186
CONCLUSIONES.....	208
APENDICE.....	228
BIBLIOGRAFIA.....	239

INTRODUCCION

No todo lo que se ve a través del aparato televisivo es televisión, ni todo lo que está grabado en videocassette es video.

Después de notar la confusión existente en torno a este medio, se decidió investigar para dar respuesta a las numerosas interrogantes que impiden definirlo. Además, el auge en la producción y comercialización de tecnología video y los diversos usos que tiene obligaron a ello. No podía dejarse pasar y convertirse en simples espectadores.

Como consecuencia de ese despegue acelerado, surgieron festivales, concursos, muestras, revistas, columnas, secciones, artículos y se hicieron alusiones directas al medio. Sin embargo, en la mayoría de ellos, el video era dejado y todavía está en una esfera de indefinición. Esto provoca confusiones, limitaciones, e impide su mejor aprovechamiento.

El objetivo principal de este trabajo es hacer un primer diagnóstico del video en el Distrito Federal. Conocerlo técnica y conceptualmente, identificar sus usos a nivel comercial, educativo y de expresión de otras realidades.

Para tal efecto, se pensó en desarrollar una investigación teórica y realizar un video.

La tesis está constituida por tres capítulos. El primero, en forma de ensayo, se refiere a los aspectos técnicos, teóricos y conceptuales del video. Asimismo, se establecen las diferencias que tiene con el cine y la televisión.

El segundo, con las características de reportaje, versa sobre el uso comercial e institucional que se ha hecho de esta tecnología.

El tercero, también un reportaje, trata sobre la producción independiente de video, sus diferentes modalidades y los problemas que enfrentan los videoastas.

La investigación tiene limitantes. En primer lugar, el hecho de ser un acercamiento inicial al tema, deja de lado aspectos sobre los que es importante reflexionar profundamente: sobre el análisis del lenguaje específico del video, su aspecto legal, el video interactivo, la influencia y repercusiones de los materiales videográficos, acerca de otros videoastas independientes —ya que sólo consideramos una muestra de once—, etc.

Cabe resaltar, que desde el inicio del trabajo se enfrentó un vacío informativo, respecto a la situación del medio en México y en el Distrito Federal. Esto llevó a buscar en fuentes bibliográficas —de otros países y en otros idiomas— hemerográficas, videográficas y testimoniales. Sobre todo de estas últimas se nutrió el estudio.

En consecuencia, el primer capítulo está basado, principalmente, en libros y revistas. El segundo en entrevistas y revisión de periódicos y revistas. Y el tercero, únicamente en las entrevistas realizadas aparte de los principales protagonistas del video independiente en el Distrito Federal.

Por lo tanto, uno de los principales aportes de este trabajo es el de abrir una pequeña, muy pequeña puerta en el gran campo del video y el de concentrar información que o bien se halla dispersa o es desconocida por inédita.

A lo largo de la investigación se videograbaron los testimonios de ocho videoastas. Dicho material no podía ser desaprovechado. De ahí que se haya producido un video de semblanza —como anexo al trabajo teórico. En él se intentan rescatar las diferentes personalidades de los entrevistados, así como mostrar la diversidad de la producción independiente.

Esta tesis pretende responder algunas preguntas del lector interesado en los medios y nuevas formas de comunicación.

CAPITULO I

LA TECNOLOGIA VIDEO: SU DEFINICION Y ALGUNAS REFLEXIONES

1.1. ORIGEN Y DESARROLLO DEL VIDEO

¿Qué es el video?, ¿por qué y de dónde surge?, ¿qué características tiene?, ¿quiénes son los principales productores de tecnología video?, ¿cuáles los consumidores?, ¿cuáles de sus características técnicas han facilitado el acceso, aún de los no especialistas?, ¿qué factores han favorecido la popularidad del video?, ¿qué implicaciones tiene? Para llegar a una mejor comprensión del fenómeno video es necesario dar respuesta a estas y muchas otras preguntas.

El objeto de este capítulo es hacer un esbozo histórico y técnico del video. Asimismo, caracterizarlo, definirlo y diferenciarlo de la televisión y el cine.

El video está constituido por cuatro elementos básicos: la cinta de video, la videgrabadora, la cámara y el monitor. Ninguno de ellos se inventó para este medio, sin embargo, como componentes propios de la televisión y de la grabación magnética de sonido fueron adoptados por él. Roman Gubern considera que:

"...en el origen del fenómeno video se hallan dos medios previos tan distintos como el televisor y el principio de la grabación magnética del sonido utilizada en los magnetófonos". (1)

Desde 1888 se propuso un registro de sonidos por medio de partículas de acero que se pudieran adherir para una posterior producción de sonido, es decir, la grabación magnética de audio.

Valdemar Poulsen patentó en 1894 el telegráfono, un aparato por medio del cual se almacenaron sonidos en cilindros magnéticos de acero. (2) Este invento tuvo especial relevancia porque era totalmente electromagnético. Sin embargo, en esa época sólo fue utilizado con fines militares por los gobiernos de Estados Unidos y Alemania.

Las pruebas continuaron y en 1930, organizaciones radio-difusoras europeas empezaron a interesarse por una máquina que reprodujera sonidos de alta calidad y al mismo tiempo permitiera la edición. La British Broadcasting Corporation (BBC) fue la primera en acceder a este descubrimiento.

En Alemania, un inventor llamado Blattner conocedor de ingeniería química y electrónica, aplicó óxido de acero en una cinta y fabricó un equipo de grabación de cinta de audio.

Durante la Segunda Guerra Mundial el régimen de Hitler apoyó tales descubrimientos para usarlos con objetivos propagandísticos. Douglas Boyd señala que:

"Mientras los alemanes habían inventado - la primera grabadora operacional de cinta de audio (el magnetófono) y la importante cinta correspondiente, los americanos introdujeron al uso popular en radiodifusión, la grabación en cinta".(3)

Cuando la grabación en cinta de audio todavía no era popular, surgió Ampex. Organización que logró mejor calidad en la radiodifusión, alta tecnología en cinta de audio y una - - gran contribución para la de video.

En ese momento se tuvo el antecedente directo del soporte de la señal de video y audio: la cinta de audio.

Al mismo tiempo, el desarrollo del video como nueva tecnología de información, va aparejado al de la televisión. Poco a poco los descubrimientos en áreas como la química, mecánica, física y electrónica se unificaron para lograr los más importantes avances en tecnología audiovisual.

Lo que en un principio fueron hallazgos aislados y casuales, pronto formaron parte de una gran industria. Los investigadores, técnicos y compañías unieron esfuerzos e intereses para lograr la comunicación a distancia, en directo y hacia - un número de personas antes no alcanzado. Asimismo, empezó a consolidarse la supremacía de algunos países —Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania y Japón—, los intereses de otras pocas industrias —Telefunken, General Electric Company, Radio Corporation of America (RCA), Ampex Corporation y Sony Corpo-

ration—, y la influencia sin igual —hasta hoy mantenida— de la televisión.

Debe considerarse que las investigaciones y logros, en manos y bajo la responsabilidad de investigadores, científicos y aficionados, fueron absorbidos de manera paulatina por las grandes compañías productoras de material audiovisual.

Desde la fabricación de la cinta magnética hasta la miniaturización de los equipos portátiles y por tanto, el abaratamiento de los mismos, el video como tal ha tenido grandes transformaciones.

Deirdre Boyle de la Universidad de Oxford opina:

"El desarrollo del video dependió del progreso de la miniaturización, de la cinta magnética, de los mecanismos de ensamble y de la electrónica..."(4)

Al principio Estados Unidos, Alemania y Gran Bretaña contribuyeron a la evolución de esta nueva tecnología, después el primero tuvo la supremacía. Actualmente esa relevancia ha sido superada por Japón. En 1988 este país incrementó en un 14.4% con respecto a 1987 la producción de equipo industrial electrónico de comunicaciones.

Basta ver cuáles son las principales firmas distribuidoras de equipo electrónico relacionado con la información: la Corporación Sony, Victor Company de Japón (JVC), Matsushita, Hitachi, Canon. Las tres primeras controlan aproximadamente

70% del mercado mundial del video. (5) Esta situación ha provocado en las menores —Toshiba, Mitsubishi y Sharp— la imposibilidad de competir y de ofrecer el mismo grado de adelantos.

Una vez dado este primer paso para el desarrollo del video, la investigación continuó. Durante los años veinte los esfuerzos se abocan a la búsqueda de un sistema eficaz de — transmisión de imágenes a distancia y de manera instantánea, — es decir, de televisión. Una vez logrado este objetivo, la preocupación fue alcanzar la incorporación del sonido a la imagen. Se comenzaron a experimentar los principios ya conocidos de la radiodifusión, que pudieran ser aplicados a la televisión y el cine.

Al finalizar la década de los veinte y a principios de los treinta, se hicieron más regulares las transmisiones televisivas. Joaquim Dols dice:

"La T.V. adquiere el carácter de institución asentada en los países económica, industrial y estructuralmente más avanzados dentro del sistema capitalista: U.S.A., — Gran Bretaña, Alemania, Francia, Unión Soviética, Italia..." (6)

En esta etapa se empezaron a intentar formas de almacenar imágenes televisivas. Para esta fecha ya se puede hablar de la señal video. En 1927, un investigador de nombre Rtcheouloff propuso en Gran Bretaña un sistema para grabar imágenes

televisivas. Se trataba del primer aparato electromagnético de grabación y reproducción de imágenes y sonidos.

Ese mismo año, en Estados Unidos, V.K. Zworykin fabricó el iconoscopio, tubo de rayos catódicos que permiten el análisis electrónico de la imagen. Este descubrimiento es fundamental si se toma en cuenta que ese análisis electrónico es la señal video. Del iconoscopio se derivan la televisión y el video tal y como ahora se conocen.

Las primeras emisiones televisivas en Gran Bretaña se iniciaron en 1929. Dos años después, en Alemania Telefunken fabricó el primer aparato de televisión cuyas características lo hacían práctico y económico. Esto es clave para el video porque el aparato de televisión sería usado como terminal, como monitor.

Las compañías productoras de televisión se dieron cuenta de la necesidad de almacenar las imágenes. Antes de la aparición de la videogradora, las imágenes televisivas al aire eran registradas filmicamente. A consecuencia del poco alcance de las transmisiones, la filmación servía como sustituto. Sin embargo, este sistema tenía desventajas como la baja calidad del material obtenido, mayor tiempo y el alto costo del proceso.

Las pruebas continuaron y en 1956 Ampex presentó la primera videogradora de dos pulgadas, en blanco y negro. En

ese mismo año y luego de mostrar su producto en la Asociación de Radiodifusores de Chicago, empezó a producirla en serie. - El uso era exclusivamente profesional, esto por razones de -- funcionamiento, tamaño y costo.

Entonces empezó una nueva etapa para la televisión y se dio un paso fundamental para el video. Las imágenes ya podrían conservarse por algún tiempo.

Dadas sus características, el acceso a la videograbadora estuvo limitado a las grandes empresas e instituciones. Sin embargo, la tecnología tendió a disminuir su tamaño, facilitar el uso y reducir sus precios.

Como resultado de este tendencia, fue fabricado el formato de una pulgada, considerado profesional y puesto al servicio de los estudios de televisión. Al igual que el sistema de dos pulgadas, utiliza cinta magnética en bobinas y no en cassette. El registro de imagen tiene la misma calidad que el logrado con las videograbadoras de dos pulgadas; aventaja a éstas por tener cuatro pistas de audio profesionales, y por haber reducido su peso y tamaño.

Tomás Perales dice al respecto:

"El acercamiento de estos aparatos al mercado del gran público se efectuó entre los años 1965-1970. Al parecer otros fabricantes como los americanos Avco, Fisher, R.C.A., los japoneses Sanyo y Sony y los europeos Phillips y Grunding y otros redujeron el ancho de la cinta y la velocidad de arrastre, aunque con un deterioro de -

la calidad de imagen registrada; calidad por otra parte, que cumplía el propósito al cual iba destinado, ya que el uso doméstico e incluso el semiprofesional no requería de la alta calidad impuesta por las emisoras de televisión". (7)

A partir de ese momento, la competencia entre las compañías se fortaleció y por tanto, los avances fueron más rápidos.

En 1967 Sony fabricó la primera videograbadora portátil de media pulgada, un año después fue lanzada al mercado. En ese mismo año Ampex fabricó el primer modelo a color.

Boyd Douglas opina:

"La corporación Sony, la compañía más responsable del desarrollo de la industria del vídeo en pequeño formato y de su mercado, decidió enfocar su primer mercado del equipo portátil en Estados Unidos". (8)

Al saturarse el mercado de la televisión a color en Estados Unidos y en otros países, Sony también llevó a Europa el equipo portátil de media pulgada.

En 1972 Sony presentó y empezó a comercializar su sistema de videograbación de 3/4 de pulgada, conocido como U-Matic. Una versión compacta y simplificada de los equipos de dos y una pulgadas. Estaba pensado para uso industrial e institucional. Tenía incorporados elementos que permitían la edición electrónica y la realización de efectos especiales en la posproducción, así como dos pistas de audio independientes. -

La cinta que usa tiene la presentación de cassette. Su registro de imagen es ligeramente superior a los formatos domésticos de media pulgada. El único material disponible en ese formato era el que se transmitía por televisión o el grabado por medios industriales.

Las grandes compañías dieron pasos sobre seguro para alcanzar un nivel de ventas y de distribución de sus equipos jamás alcanzado.

En 1975, Sony introdujo al mercado mundial el formato Beta —Betamax—, más compacto, con una cinta de media pulgada, incompatible con los anteriores sistemas y diseñada especialmente para uso doméstico.

Sony permitió que otros fabricantes explotaran su invento, tal fue el caso de Sanyo y Zenith. Incluso produjo máquinas para otras compañías quienes les daban salida con sus nombres de marca.

Casi al mismo tiempo —1976— apareció otro sistema no compatible con las máquinas Betamax, que también usaba cinta de media pulgada: el Video Home System (VHS). Introducido por JVC, con la licencia de la Corporación Matsushita, empezó a comercializarse y a competir fuertemente con el sistema Beta. Matsushita es la fabricante más importante de videograbadoras VHS. Produce máquinas para RCA, Panasonic, Quasar, General Electric, Magnavox, Curtis Mathes, Philco y Syvania.

Hitachi, al igual que JVC, fabrica sus propias videograbadoras bajo la licencia de Matsushita.

Los sistemas Beta y VHS obtienen 240 líneas de resolución horizontal, las profesionales pueden llegar a más de 400 líneas. Además, tienen incluida una función tracking que permite el movimiento de las guías que llevan a la cinta a la posición correcta con respecto a las cabezas. La reproducción, por lo tanto, puede ser mejorada.

Desde que surgieron los formatos Beta y VHS, han dominado el mercado doméstico del video. Al mismo tiempo, los dos iniciarían una carrera tecnológica tendiente a ofrecer un producto más atractivo al consumidor.

La guerra tecnológica entre las compañías por el control de mercados, en cierto modo favorece al consumidor. La oferta de equipos mejorados a más bajo costo, pone a disposición de un mayor número de personas los instrumentos que posibilitan una forma de expresión diferente. En esa lucha de mercados, las compañías impulsan los sistemas y equipos de su interés.

Tampoco se detuvieron los avances en equipo institucional o semiprofesional como el de 3/4 U-Matic de Sony. En 1980 esta Corporación introdujo al mercado el sistema U-Matic H (Alta Banda). Utilizaba la misma cinta de 3/4 de pulgada, su peso y volumen eran menores a la primera, existía versión

portátil y la estacionaria, admitía la señal TBC (Times Base Corrector) y permitía grabación tanto en inserción como en en sam ble. Además la calidad técnica del producto cumplía con los requerimientos de la radiodifusión.

En 1985 este mismo formato se transformó. Apareció la versión reformada del U-Matic H, el U-Matic SP. Se trataba de llegar a un máximo de calidad. A diferencia de los otros modelos 3/4 que usan cinta magnética convencional —de polies-ter— éste utiliza cinta magnética de metal. Factor que favorece una grabación más nítida y con menos ruido que la lograda en los otros sistemas. Por lo tanto, los productos tienen una gran calidad. No obstante, es compatible con los modelos más recientes del U-Matic H.

El Betacam es otro sistema creado por Sony, dado a conocer en 1981. Apareció como cámara y grabadora integradas en un solo cuerpo. Esto permitió mayor operatividad al evitar el trabajo de quien cargaba la grabadora en los otros sistemas. Además, la calidad de imagen es mayor que la de U-Matic SP.

En ese afán de perfeccionar sus equipos y poder competir con los otros fabricantes, Sony presentó en 1987 el sistema Betacam SP, con un mecanismo perfeccionado y con resultados superiores al primer modelo. Proporciona facilidades operativas, almacenamiento de video digital, tampoco genera problemas de sincronía.

Por su parte, JVC introdujo un sistema muy parecido al Betacam, el M-II pero en lugar de cassette Beta, utiliza VHS.

Cuando todo parecía quedar ahí, se dio a conocer un nuevo sistema más pequeño; práctico y fácil de usar: el V-8 o Video de 8 mm —medida que corresponde al ancho de su cinta. Con él Sony logró la reducción al mínimo del tamaño de los equipos. Fue concebido como un sistema que incluyera video-grabadora y cámara en un solo cuerpo. Se ha llegado a tal disminución de dimensiones, que un equipo V-8 puede ser contenido en una mano. Para la estandarización de este formato, Sony ha realizado acuerdos con más de cien compañías internacionales.

Otro sistema de reciente aparición es el Super VHS (S-VHS) tiene innovaciones en el tratamiento de la señal; cuenta con cuatro canales de audio —dos lineales y dos de alta fidelidad. Algunos modelos proporcionan un stock integrado de imágenes congeladas para realizar efectos digitales. Como reproductoras algunas tienen sistemas de edición. Sin embargo, no se logran ediciones de alta calidad. La cinta S-VHS no puede ser reproducida en una videograbadora VHS estándar, pero las de éste sí pueden serlo en la S-VHS. Para poder ser vista se requiere de un monitor que tenga 400 líneas. Esta última puede grabar en estándar o en super. El S-VHS es considerado un sistema que logra equilibrar presupuestos relativamente bajos y alta calidad.

Con respecto al sistema VHS estándar ofrece mayor resolución en la información en blanco y negro, que es la que determina todos los detalles de la imagen en video; tiene 160 líneas de resolución horizontal más, de este modo se incrementan los detalles de la información y por lo tanto la primera generación del S-VHS es excelente. Incluso se dice que desarrolla una calidad superior al 3/4 estándar.

1.2. CARACTERISTICAS TECNICAS DEL VIDEO

Es evidente la popularidad adquirida por esta tecnología. Pero, ¿qué elementos lo han hecho posible? Su uso se ha generalizado y aún los no especialistas han encontrado en él una forma fácil y relativamente barata de expresarse. Al mismo tiempo, las corporaciones de la electrónica interesadas en extender sus mercados, ofrecen niveles de excelencia tecnológica a precios más bajos y de uso menos complicado.

Este apartado se refiere a las características técnicas del video, que han determinado su popularidad y las diferencias con el cine y la televisión. Dichos rasgos son establecidos por la industria electrónica que busca expandir, hasta donde sea posible, sus productos.

Joaquim Dols dice:

"He aquí un problema clave del video: su utillaje (maquinaria, herramienta) permite el acceso colectivo al medio, ahora - bien, esto sólo sucederá si los órganos de control (institucional, comercial) lo permiten..." (9)

Desde el surgimiento de la videgrabadora, el desarrollo tecnológico del video ha sido continuo y acelerado. Las compañías han perfeccionado los sistemas de grabación y reproducción de las señales de video y audio. Como resultado de ese mismo proceso, han ingresado al mercado gran variedad de marcas, aparatos y accesorios para los mismos.

La videgrabadora de media pulgada —video ligera o de formato doméstico— VHS y Beta, ahora ofrece mejores condiciones de grabación y reproducción. Con el paso del tiempo sus funciones se han diversificado. Permite mayor tiempo de grabación y un incremento en la calidad de la imagen y audio a través del sistema Hi-Fi (High Fidelity - Alta fidelidad). - Puede reproducir los materiales en cámara lenta o en alta velocidad. Congela la imagen y produce efectos especiales —incorporados al mecanismo de la videgrabadora— tales como - - zoom in y zoom back, solarización y división de la pantalla - en cuadros, entre otros.

Algunos modelos ofrecen la función de tituladora y editora —ensamble, inserción de video y audio. En casi todas se ha recudido el tiempo de rebobinado, inicio y fin de la cinta. Están equipadas con mecanismos automáticos, tal es el caso de

los controles de pista, ajuste de color, limpiado de cabezas y programación de horarios hasta con dos semanas de anticipación. Además también pueden ser manejadas a control remoto.

La miniaturización, portabilidad y automatización son -- tres aspectos característicos del video. Para lograrlo se -- han sintetizado en un solo aparato —por ejemplo las cámaras de todos los sistemas domésticos— las funciones que antes tenían que hacerse con dos aparatos.

Estos factores han favorecido el transporte y manejo del equipo. Aun el de tipo profesional ha disminuido su tamaño, sin detrimento de la calidad de imagen y audio. El doméstico, todavía con limitaciones, tiende a perfeccionarse y a obtener -- una claridad audiovisual muy parecida al equipo profesional. El ejemplo más claro se ha logrado con el equipo de video -- ocho.

Ese pequeño cuerpo de cámara-grabadora está dotado de visor electrónico desmontable, el cual indica los niveles de -- iluminación, estado de la batería y balance de blancos. Este visor puede utilizarse como monitor durante la grabación o para la reproducción. El ajuste de blancos es semiautomático. Tiene un dispositivo que permite la macrofotografía, es decir, la posibilidad de captar objetos minúsculos y a una distancia muy corta. Su micrófono es unidireccional; con opción de insertar escenas en cualquier parte de la grabación, para ello tiene un dispositivo automático de edición. Puede ser maneja

da a control remoto, alimentada con baterías recargables o directamente a la corriente eléctrica.

El producto más sofisticado y acabado de este formato, - hasta donde se tiene noticia, es la video Hi-8 de Sony. La - calidad de audio y video es mayor que la obtenida con otros - equipos V-8. Retiene un nivel alto de audio y una resolución de video aun después de muchas reproducciones de edición, con sonido estéreo y de alta fidelidad. La mayoría de sus funcio - nes son automáticas, lo que da un rango muy bajo de error. - Además está provista de efectos digitales, tanto para la gra - bación como para la reproducción. Otra ventaja de la era di - gital es poder congelar cualquier imagen deseada. Si esto -- fuera poco, también cuenta con la función de tituladora. (*)

Ante la competencia, JVC lanzó al mercado un nuevo mode - lo: la cámara VHS compacta miniatura. Cabe perfectamente en una mano, pesa 760 gramos y trabaja con cassette VHS compacto -- más pequeño que los normales, compatible con cualquier vi - deocassettera de este formato. También tiene la posibilidad de grabar aun con bajas condiciones de luminosidad, sobreimpo - ner digitalmente los títulos y enfocar de manera automática.

(*) A diferencia del sistema de 8 mm estándar, el Hi-8 retiene el brillo y buen detalle de imagen aun después de tener varias generaciones. Su cinta es más durable, pero sólo puede ser reproducida en - videocassetteras o cámaras de alta resolución para disfrutar sus be neficios audiovisuales. Su sonido es de alta fidelidad y estéreo. Sin embargo, su precio es más alto.

La digitación es la conversión de las señales electrónicas, en señales digitales. De esta forma se facilita el almacenamiento de las imágenes, su localización y calidad. Esta última condición impide que el material se deteriore porque no hay arrastre, sino lectura.

La incorporación de sistemas digitales, videograbadoras y videocámaras ha transformado los equipos. Por esta vía se pueden congelar las imágenes y ampliar detalles de las mismas, sin afectar el audio; cambiar el color del video; ver simultáneamente en la pantalla una imagen reproducida en videocassette y otra salida de la televisión; reproducir las imágenes en diferentes velocidades; dividir en cuadros o seguir su secuencia fragmentada. Algunas cámaras poseen la función de tituladora, por ese medio es posible la inserción de fecha y hora, así como conservar en la memoria títulos grabados previamente.

Hasta hace poco tiempo la guerra sostenida por los grandes fabricantes de tecnología video estaba centrada en las videograbadoras. Sin embargo, y como se hace evidente en el ejemplo citado, un nuevo elemento se ha incluido: las videocámaras.

Al parecer las exigencias de la gente sobre equipo de video ya no son tan sencillas. Aparte de las funciones tradicionales: reproducción de cintas grabadas por medios industriales, copiado de emisiones televisivos y programación de -

horarios, surge el interés de producir sus propios materiales.

En la actualidad la mayoría de los equipos son portátiles. Esto ha permitido su fácil transportación a otros lugares a los cuales nunca antes se había llegado. Esta característica posibilita mayor movilidad y diversidad de tomas, encuadres y emplazamientos de cámara. Por lo tanto el lenguaje del video se enriquece, y acerca a otras realidades, a otros protagonistas.

Cuando se fabricó un equipo portátil y ligero, pudo ser llevado a los ambientes y lugares naturales de grupos humanos antes ignorados. Entonces, los contenidos presentados en la pantalla son más creíbles, más reales, más cercanos. Esta -- circunstancia enriquece el conocimiento del hombre por el hombre mismo, de su entorno y de su forma de vida.

La automatización hace accesible la tecnología video a los no especialistas. Muchas de las funciones antes manuales, ahora pueden ser programadas y efectuadas automáticamente por la videocassettera, la cámara, la editora, las lámparas, etc. Esto permite que la imagen y el audio sean de mejor calidad técnica.

Otra característica del video es que se trata de un medio cuyo contenido —imágenes y sonidos— queda registrado en una sola cinta. Las cintas de video están compuestas por un soporte o película plástica sobre la que se deposita, mezcla-

da con aglutinante, un material ferromagnético finamente molido. Sobre ella quedan grabados el audio y el video.

Después de varios intentos, los principales fabricantes de cintas —Sony, Fuji— han logrado ampliar el tiempo de grabación, disminuir la cantidad de cinta utilizada e incrementar la nitidez de registro de las señales de audio y video.

La competencia entre los productores ha determinado la existencia de diferentes presentaciones y formatos, incompatibles entre sí. Al igual que con los implementos del video, la cinta ha entrado en la carrera del mercado.

El monitor tiene como función la de recibir, detectar y transformar en imágenes visibles y sonidos audibles, las señales captadas por la cámara y el micrófono. Su pantalla es emisora de luz y sus colores son producidos electrónicamente. Además cuenta con la posibilidad de incorporar equipo de procesamiento digitalizado de imágenes.

El equipo puede regresar y proyectar instantáneamente y en tiempo real, los resultados de lo apenas grabado, por lo tanto, el material adquiere un sentido de inmediatez. Esto permite la retroalimentación entre el realizador y el sujeto de la grabación, facilita el intercambio de ideas e información. Por lo tanto, el video puede ser un instrumento muy activo para suscitar cambios y para fomentar el desarrollo de una comunicación con otras características.

La tecnología está dotada de una capacidad creativa potencial, favorece la expresión artística, documental y testimonial. También ha permitido la simplificación de funciones y disminución de personal que participa en la realización. Ahora una sola persona puede ser productor, realizador, guionista y camarógrafo. Barbara London afirma:

"...trabajos a menor escala pueden ser hechos con el equipo mejorado y desarrollado para el mercado casero y aún lograr resultados más simples, pero igual de válidos".(10)

Sin embargo, también permite una organización más formal, en la cual cada función sea desarrollada por especialistas. El hacedor de video ha obtenido un mayor control sobre el equipo y mejor entendimiento de sus opciones técnicas. Estos factores favorecen un proceso de experimentación y de expresión cada vez más rico. El hecho de que más gente pueda acceder a esta tecnología, es decir, que el video haya salido del ámbito de los especialistas, favorece el acercamiento a una posibilidad muy amplia de comunicación. Este hecho por sí mismo no garantiza que las producciones sean de una óptima calidad técnica y en contenidos. Tal vez los trabajos de gente formada profesionalmente en video, aporten más elementos al panorama audiovisual.

Por otro lado, un rasgo importante de la tecnología video es su cambio continuo. De ahí que cada nuevo producto en poco tiempo se vuelva obsoleto.

Esta condición está determinada fundamentalmente por la industria y los grandes consorcios de la electrónica. Marita Sturken dice:

"La industria no ha concebido al video como medio de archivo, por eso el video es un medio de deterioro rápido".(11)

Mientras al consumidor —que no quiere estar fuera de la revolución tecnológica— se le puedan seguir ofreciendo novedades, el futuro económico de las grandes corporaciones está garantizado.

A estas consideraciones se añaden otras que son determinantes en el desarrollo de este medio y en el uso que se hace de él.

En el ámbito tecnológico del video y de la televisión, —existen dos normativas que regulan el análisis, la reproducción y la transmisión de las imágenes magnéticas. Tienen como objetivo el de proteger los intereses de fabricación y comercialización. Una es la americana, Electronic Institute of America (E.I.A.) y otra es la europea, Commission Consultative Internationale de Radioiffusion (C.C.I.R.). Ellas determinan el tipo de aparatos e implementos "hardware", como copias de material "software", que pueden ingresar a un país. Las naciones de América Latina deben sujetarse a cualquiera de ellas, no hay opción. Pero no queda ahí. Esas normativas influyen en el tipo de formato, de sistema —NTSC, SECAM y PAL

y sus múltiples variantes—, de tecnología, de uso, concepción y contenidos.

El video es una tecnología del primer mundo —es fabricada allí y distribuida desde allí. Está pensada para un determinado uso —reproducción, copiado, grabación de eventos familiares—, sin embargo, en la mayoría de los países de América Latina, está siendo aprovechada con usos distintos: de expresión artística, experimental, documental, didáctico, testimonial, político, cultural, aunque también comercial, familiar, etc.

1.3. DEFINICION DEL VIDEO

Después de mencionar la serie de hallazgos técnicos que dieron lugar al video y de caracterizarlo en ese mismo nivel, se intentará definirlo.

No se pretende llegar a una definición acabada por los cambios vertiginosos que sufre, porque apenas está asumiendo su propio lenguaje y por ser un medio con gran libertad expresiva y creativa, ninguna sería completa. Marita Sturken afirma:

"La velocidad con la que esta tecnología ha progresado carece de precedentes en la historia de las artes de la imagen".(12)

Ha habido intentos por atrapar en un concepto sus rasgos característicos y que lo distinguan como medio. Es considerado desde un libro de lectura colectiva, hasta un género expresivo contemporáneo. Otros dan más importancia a sus elementos técnicos, algunos, se apoyan en analogías con medios completamente distintos. Y no faltan quienes opinan que el video por sí mismo, nos ha superado en definiciones.

Se partirá de consideraciones y rasgos de tipo conceptual, es decir, de sus cualidades expresivas, artísticas, plásticas, de documento social y didácticas.

Dos aspectos contradictorios entre sí tiene inmerso el video. Primero, al ser un medio tecnológico cada vez modificada y perfecciona sus funciones, amplía sus posibilidades y facilita su uso. Y segundo, precisamente por sus características técnicas, cada avance queda desfasado ante la posibilidad de otro nuevo. Por lo tanto, su vida útil es muy corta. Bastan algunos años —cinco o diez— para que las videograbaciones se deterioren y se vuelvan inservibles.

Tal vez por la corta duración del material video, mucho de él ya irrecuperable por este rápido desgaste, se ha vuelto necesario trazar su trayectoria, hacer su historia.

De ahí que existan tantos intentos por caracterizarlo y definirlo, como una forma de asimilar sus fugaces transformaciones.

Etimológicamente, la palabra video significa yo veo. Esta definición está referida a una recepción más personalizada e individual de las imágenes. Alude, en sentido estricto, a uno de los usos principales que se hacen de la tecnología: re producción de cintas previamente grabadas.

La videograbadora y el monitor son utilizados, una como reproductora y el otro como pantalla. El usuario decide qué ver y en qué forma. Elige el horario, la velocidad, las pausas, las repeticiones y obviamente, el principio y el fin. - Además, puede ser un material hecho para una sola persona o para un pequeño grupo. El control, por lo tanto, lo tiene -- esa persona o grupo, y no una institución o empresa, como sucede con la televisión.

También hace referencia a la posibilidad de ver y aprehender la realidad de manera única y original. Para esto se sirve de la cámara "yo veo así una determinada realidad". Es decir, cuando el individuo es el propio realizador de sus men sajes, que se sirve de la tecnología para expresarse y dar a conocer su personal visión de las cosas.

El video como medio expresivo —ya sea artístico, social, documental, político, didáctico, etc.— está limitado por sus rasgos técnicos.

Su carácter efímero ha sido aprovechado y considerado un elemento propio de la expresión a través del video. Por lo --

tanto, gran parte de sus manifestaciones son de tipo experimental. Existe la conciencia de que esos trabajos no perdurarán. Al no ser un material de vida larga, se ha preferido en algunos casos, probar y jugar con sus posibilidades plásticas, estéticas y lúdicas.

: Esta condición fugaz no ha impedido el desarrollo del medio. Sobre todo, la evolución tecnológica ha favorecido la familiaridad del usuario y por tanto las potencialidades creativas y comunicativas se han incrementado. Además, por su misma naturaleza maleable, la tecnología puede ser acoplada a diferentes circunstancias: a la información, al arte, a la enseñanza, al entretenimiento y a la experimentación, entre otras.

El video logra capturar las imágenes en movimiento en el espacio y en el tiempo real. Crea la impresión de ser un evento en vivo. Por eso se dice que el video es una expresión del tiempo.

En este sentido video y cine son parecidos, parten de mecanismos similares. En el primero la imagen está compuesta de 30 cuadros por segundo, cada una de ellas es el registro inmóvil de un fragmento de acción. Por su parte, el film está constituido por un número determinado de imágenes fijas -- llamadas fotogramas --54 por metro en el formato profesional de 35 mm. La rápida sucesión de imágenes inanimadas y amplia

das, produce la impresión de que los hechos suceden como en la realidad.

Sin embargo, existe la posibilidad de alterar la secuencia normal, el ritmo y la velocidad de una imagen y su respectivo sonido, tanto a la hora de la edición, como de la reproducción. Por lo tanto, ambos medios nos muestran imagen y audio seleccionados e interpretados.

Antes, el camarógrafo, casi siempre estaba fuera del encuadre, fuera de la situación. Ahora se reclina, observa por el visor y capta las cosas desde el punto de vista de un tercero, o incluso puede ser parte de la situación. La tecnología video facilita el proceso de realización. Hasta los no especialistas pueden hacerlo, cosa que no sucede con la televisión. No obstante, mientras haya mayores grados de profesionalización, se crearán mejores trabajos, técnica y conceptualmente.

El video crea la posibilidad de que una persona se vea a sí misma, proyectada en la pantalla del monitor o televisor. De esta manera logra hacer conciencia de sus movimientos, ideas, de su realidad, de su vida. En este sentido, el video se convierte en un espacio de autorreflexión. Entonces se concibe como un medio que puede favorecer el cambio y generar el desarrollo.

El video es un producto único, es un fin en sí mismo. -

En el caso de la televisión es usado solamente como un medio para almacenar y que facilita la realización, posproducción y transmisión de un programa. Sólo es empleado como un instrumento técnico para grabar las transmisiones al aire y para armar previamente los programas de televisión.

En un principio las televisoras se mostraron temerosas - de adoptar algunos elementos del video —efectos, lenguaje visual y auditivo, encuadres. Temían que la gente acostumbrada a cierto tipo de contenidos y formas, rechazara las innovaciones tomadas del video. Además, al no dar relevancia al video, el futuro de la televisión estaba garantizado.

El video tiene un principio, desarrollo y fin. Tiene -- continuidad y ritmo propios. No está concebido como un programa de televisión que deba estar adecuado —seccionado— a la estructura de un canal. Tampoco está creado para un público multitudinario, por lo tanto sus temáticas, tratamientos y formas son más libres, no sujetos a tantas convenciones, ni lugares comunes como la televisión. Permiten al usuario verlo de acuerdo con sus necesidades y gustos: completo, seccionado, etc.

El tamaño de su pantalla —ya sea monitor o aparato de televisión, e incluso el visor de la cámara— y la imagen instantánea de que se compone, le otorga un carácter íntimo. -- También puede ser comunitario al exhibirse frente a un grupo

de gente, en una sala, a través de un canal de televisión o en cualquier otro lugar público. Precisamente este hecho le confiere un nivel "democrático" al medio: es de fácil acceso, y puede ser exhibido sin necesidad de un gran equipo, ni permiso o concesión. Asimismo, la facilidad para realizar copias permite una mayor difusión, aunque también ha favorecido la piratería.

El hecho de que el video comparta la pantalla con la televisión provoca en el espectador una reacción parecida a la asumida cuando ve ésta: de ligereza y pasividad. Ya está acostumbrado a verla de esa manera, no importa si se trata de video o de televisión.

La posibilidad de inmediatez, que permite el registro y reproducción instantánea modifica la comprensión y aprehensión de la realidad. Marita Sturken escribe:

"...la ideología propició el invento de la televisión y la tecnología del video, así como muchos aspectos de la tecnología de los ordenadores, se basa esencialmente en la noción de inmediatez. En una cultura de la información, la prontitud e inmediatez de la información son valores supremos: la información es más valiosa si es más inmediata".(13)

El video carece de una pureza conceptual, originada por tener elementos comunes con la televisión. Desde el punto de vista técnico, video es la señal electrónica correspondiente a la información visual o imagen. Es decir, una serie de men

sajes o de patrones magnéticos en un campo de cinta plástica cubierta de óxido. De aquí se deriva en gran medida, la confusión existente entre televisión y video. Antoni Mercader dice:

"...se acostumbra a entender por video todo aquello que sin ser televisión, se le parece en tanto implica el manejo de sonidos, imágenes y aparatos televisivos, pero no de televisión". (14)

El video no tiene la capacidad en sí mismo de hacer que se vean imágenes y se escuchen sonidos a distancia. Sin embargo, sí puede ser transmitido por televisión y llegar a distancia.

Deirdre Boyle⁽¹⁵⁾ dice que el término video es usado intercambiamente con el de televisión, a pesar de que el video es un medio que rodea a ésta y se extiende aún más que -- ella. El video es un medio de producción y distribución, un vehículo para el arte, entretenimiento [estos subrayados por el mismo autor] y la información.

Esta definición incluye aspectos técnicos y cuestiones de uso y distribución de material video. Sin embargo, resalta que es un vehículo para el arte y el entretenimiento, deja en último lugar a la información y no menciona su utilidad como apoyo didáctico.

En un principio el video se encaminó más por el lado artístico, debido a que la mayoría de las realizaciones estaban

formados en las artes plásticas, incluso las presentaciones de esos materiales se hacían en museos y salas de arte. Pero el video tiene un gran peso como documento social, informativo y testimonial.

Es importante señalar una contradicción inmersa en la concepción del video. Por un lado, es un medio que tiende a la democratización de la comunicación. Un mayor número de personas pueden ser productores de sus propios mensajes, expresar sus pensamientos, experiencias, inquietudes, etc. Y darlos a conocer a más gente. Por otro, es una tecnología que por su diseño y concepción —de manejo individual y privado—, evita la homogeneización, pero aísla al ser humano de su ambiente y de los demás. Andrea Di Castro opina:

"...parecería ser que el objeto de estos artefactos es evitar que el hombre del siglo XXI entre en contacto directo con otros seres humanos, ya que toda comunicación está mediada por máquinas; en unos años más ya no veremos los ojos de nuestros interlocutores..."(15)

Se han retomado algunos elementos de lo expuesto para definir —con obvias limitaciones— al video. El video es un medio basado en el registro magnético de sonidos e imágenes en movimiento. Está constituido por cuatro elementos esenciales: una cinta de video, una videograbadora, una videocámara y un monitor. Permite la producción, distribución a nivel individual y/o grupal. Con capacidad de asimilar las formas --

más distintas de expresión y comunicación y de capturar una -
secuencia espacio-temporal.

1.4. DIFERENCIAS Y SEMEJANZAS CON EL CINE Y LA TELEVISION

José Martínez Abadía logra sintetizar los aspectos básicos de tres medios audiovisuales muy importantes:

"Si definimos a la televisión como el sistema que permite la transmisión de imágenes a distancia y decíamos que el video es el procedimiento que permite el almacenamiento de imágenes utilizando medios de naturaleza eléctrica y magnética, podemos definir al cine como el sistema de captación óptico-mecánico de imágenes en movimiento. Sobre estas tres tecnologías se apoya la práctica totalidad del tráfico - internacional de imágenes en movimiento".(16)

Esta afirmación resume las características básicas de -- tres medios que con el tiempo y en muy diversos contextos han sido confundidos. Incluso se ha llegado a hablar de la superioridad del cine.

No se debe hacer una comparación simplista que deje de - lado los elementos definitorios de cada uno de ellos, sus diferencias y semejanzas.

Antes de analizar estos aspectos, es necesario aclarar - que lo escrito por José Martínez Abadía "el video es un procedimiento que permite el almacenamiento de imágenes", deja de lado las posibilidades reales del mismo. El video es un me--

dio, no sólo un proceso electromagnético que sirve para guardar imágenes generadas por otro medio, no se trata de un elemento parásito. El mismo tiene la capacidad de producir imágenes, de crear un lenguaje y tiene ritmo y tiempo propios.

Para esclarecer esta situación y al mismo tiempo aportar elementos que permitan delimitar el campo de acción de los tres medios, se enlistarán sus aspectos definitorios.

El video y la televisión —cuando es pregrabada— comparten el mismo soporte: una cinta magnética. En cambio la del cine es químico-fotográfica. En esta última es posible apreciar a simple vista la imagen registrada en la película, cosa que no sucede con la cinta magnética. Cabe señalar que para la televisión, la cinta magnética constituye un medio para registrar, editar y transmitir imágenes. En cambio para el video, la cinta constituye un fin en sí mismo. Es decir, sin la cinta de video la televisión puede funcionar, mientras que el video sin ella no existe.

La calidad de imagen cinematográfica es superior a la del video y de la televisión. Ofrece mayores niveles de contraste, profundidad y perspectiva, mejor color, detalles de luz y sombra, que los otros dos no alcanzan debido a limitaciones técnicas. La cinta de video no puede reproducir el rango de tonos visuales (en blanco y negro o en color) que la película. Incluso en condiciones de baja luminosidad, en el

cine se obtienen buenos resultados. El video y la televisión cuando trabajan en esas circunstancias logran imágenes de regular calidad.

El video se caracteriza por ser un medio más accesible que el cine. Es más económico y su uso implica un proceso menos elaborado. La diferencia de costos también es notoria, de ahí que algunos cineastas hayan recurrido al video en sustitución del soporte fílmico.

El cineasta Carlos González Morantes opina:

"Para un cineasta, por los costos, el video es un camino inevitable. El cine va a ser un producto aristócrata para gente que queramos ver cosas muy bellas ... el cine va a ser el gran lujo de los audiovisuales". (17)

Considera que las producciones cinematográficas independientes ya no son posibles. Se enfrentan problemas con sindicatos, de distribución y de recuperación económica, entre otros, que impiden su desarrollo.

La edición en video es más simple que el montaje en cine. Además, es posible insertar efectos especiales e introducir la informática y nuevas tecnologías digitales, lo recientemente logrado en el cine.

El proceso electrónico que caracteriza al video permite la reproducción instantánea e inmediata de la imagen, lo que no sucede con el cine, que requiere de un proceso fotoquímico.

También es notoria la diferencia de costos entre la televisión y el video. La primera requiere mayor inversión que el segundo. Sin embargo, la aparente economía al producir video se ha vuelto un mito, ya que el realizado con seriedad - sin improvisaciones es costoso.

Otra diferencia entre el cine, la televisión y el video es el tamaño de la pantalla. Algunos consideran que el video y la televisión son medios fríos por usar una pantalla pequeña que impide al espectador mantener fija la atención, y al cine como medio cálido ya que la gran pantalla concentra la atención del público.

Román Gubern afirma:

"...las grandes novedades del video con respecto al cine, en la fase de producción, radican en la verificación inmediata del resultado de la grabación y en la posibilidad de borrado y de regrabación de la cinta. En la fase de difusión, su novedad reside en la teledistribución descentralizada por cable hacia diferentes destinatarios separados entre sí. Y desde el punto de vista estético, la gran novedad del video con respecto al cine, reside en su diferente textura de imagen y la labilidad de sus colores generados - electrónicamente". (18)

Cuando la televisión apareció, el cine vivía su época de oro. Así que la primera tomó del otro su técnica de realización. Poco a poco encontró un ritmo, tiempo, encuadre y una planificación diferente a la cinematográfica.

El cine que se incluía en televisión también tuvo que adaptarse al nuevo medio.

El cineasta Martín Scorsese opina que el despegue del video a final de los años setentas influyó en la concepción de sus filmes:

"...aunque no es posible distinguir el peso del video en mis películas, el sólo he cho de pensar en su eventual proyección en los pequeños monitores, la posibilidad de las reediciones en la televisión, o -- las alteraciones dejadas por la transferencia a otros formatos, es algo que termina por restar o añadir puntos al modo de construir cada secuencia..."(19)

Al crearse el video, únicamente era utilizado como sistema para registrar imágenes y sonidos. Esto permitió que se pusiera en práctica el sistema de edición. El video, entonces, surgió para sustituir el almacenamiento cinematográfico de audio y video. Después, cuando los adelantos tecnológicos permitieron mayor versatilidad y menor tamaño de los equipos de video, favorecieron la ampliación de sus posibilidades como medio.

Sin embargo, sería erróneo pensar que el cine no se ha perfeccionado técnicamente. Los dueños de las compañías productoras de equipo cinematográfico están preocupadas por conseguir cintas cada vez mejores y comerciales. En el campo de los efectos especiales, de las emulsiones, de la óptica —con

mayor luminosidad— y en los equipos de iluminación se han lo grado adelantos.

Asimismo, el cine adopta algunos de los avances del video. Por ejemplo se utiliza para la ubicación de locaciones, el ensayo de actores y con el fin de obtener un mejor control de tomas. Para esto se adapta a la cámara de cine una de video —ventajas de la miniaturización de los equipos—, de esta forma se controla la composición de toma, encuadre, iluminación y actuación. La industria cinematográfica se verá amenazada cuando se empiecen a comercializar a gran escala los equipos de video de alta definición.

Otra diferencia entre la televisión y el video es que cada uno cuenta con una red de producción y difusión propia. Sin embargo, cabe la posibilidad de que el video sea transmitido por televisión o que un programa de televisión grabado en un videocassette sea presentado en videosalas o reproducido en videocassettera.

Sin embargo, los programas de televisión, por esta circunstancia no se convierten en video, entendido como medio. Del mismo modo, las películas transferidas a videocassette, no por el hecho de utilizar los circuitos normales del video se convierten en video propiamente dicho.

Por su parte, el video aunque sea transmitido por televisión, no deja de ser video. Siempre y cuando sea conservado

como producto único y no sea seccionado sólo para responder a las necesidades de un canal. Tampoco deben olvidarse los materiales de video que por la censura no pueden ser televisados, o porque fueron pensados para un grupo muy reducido de personas.

El video puede exhibirse en lugares y audiencias muy diferentes, incluso para un solo espectador-operador. Permite la interrupción del tiempo del relato, cosa que no puede hacerse en la señal de video transmitida por televisión —a menos que se apague el aparato. La transmisión implica que la audiencia de un determinado canal vea al mismo tiempo las imágenes y sonidos. Es decir, involucra públicos más o menos numerosos.

El video tiene mayor libertad que la televisión, tanto en forma, como en contenido. Toca temas considerados tabúes para la televisión. Por ejemplo, los videos realizados por el Canal 6 de Julio: "Crónica de un fraude", etc. Esa misma libertad le permite experimentar encuadres, temáticas, lenguaje visual y auditivo. Al mismo tiempo y como consecuencia de esto, el video propicia en el espectador mayores posibilidades de asimilación, reflexión y recreación de la realidad.

José Martínez Abadía escribe que si se dejan de lado las distinciones de orden técnico, la televisión, el video y el cine, tienen más semejanzas que diferencias. Esta afirmación

es cuestionable porque si se ignora el aspecto técnico de cada una de ellas, se deja de lado su esencia.

El video es ajeno a cualquier tipo de televisión, a pesar de que pueda ser televisado. Es ajeno porque no es un medio masivo, a veces se concibe como optativo a la televisión, otras no necesita ni el aparato receptor.

A la tecnología video se le ha explotado comercialmente a través de la transferencia de películas a videocassette, la publicidad y los videoclips —en su mayoría filmados en cine y que de video sólo tienen la posproducción—, entre otros.

La aparición del video sacó del estudio a la televisión, las cámaras portátiles brindaron nuevas posibilidades. Las imágenes del exterior se adecuaron a las necesidades comerciales del medio televisivo.

Cine, televisión y video son los tres medios audiovisuales que retratan la vida del hombre, y de distintas maneras —han sido opciones comunicativas.

La tecnología video: videocassettes, videograbadoras, videocámaras, video..., lentes, equipo de iluminación, editoras y otros muchos accesorios derivados de este medio, se extienden por todo el mundo. Aun en los países más pobres el uso de las videograbadoras y apenas de las videocámaras ya tiene repercusiones importantes en el ámbito de la comunicación, en el económico, cultural, social y político.

La facilidad con que se consiguen materiales videograbados de otros países, sin preparación adecuada puede generar - efectos negativos. Sin embargo, tampoco se puede crear una - situación de total aislamiento, ni negar que el acceso y uso de dichas tecnologías puede favorecer una comunicación más rica.

El video a nivel técnico, conceptual y comunicativo apenas empieza a conocerse. La familiaridad con que es usado -- por los no especialistas, hace vislumbrar un desarrollo muy - amplio. Sus posibilidades expresivas, didácticas, científicas y comerciales son ilimitadas.

El afán de asimilar sus rasgos distintivos responde a la necesidad de entender a un medio que parece escapar de nuestras manos. El agobio que provocan sus fugaces transformaciones debería obligar a reflexionar detenidamente sobre él, para no caer en la carrera consumista que en principio provoca. Por el contrario, es necesario transformarlo en una energía - revitalizadora de la comunicación.

Es importante saber cómo ha llegado la tecnología video, en qué condiciones, qué usos se le están dando, qué posibilidades de comunicación y de expresión de otra realidad favorece. Si se empieza a dar respuesta a estas preguntas, se iniciará la comprensión de un medio que en México apenas es aprovechado con las ventajas y desventajas que tiene.

NOTAS

1. Gubern, Román, "¿La Revolución Videográfica es una verdadera Revolución?", en revista Telos, Madrid, España, - - 1987, p.4.
2. Boyd A., Douglas, et al., Videocassette Recorders in the Third World, Longman, New York, 1989, p. 30.
3. Ibidem, p. 31.
4. Boyle, Deirdre, "Video", International Encyclopedia of - Communications, Vol. 4, Oxford University Press, 1989, - p. 282.
5. "Japón gigante de la electrónica", en revista Visión, 11 de diciembre de 1989, p. 19.
6. Dols, Joaquim, "Historia del Audiovisual Magnético Televisivo: Televisión, T.V., Video", en En Torno al Video, -- Ediciones Gustavo Gili, 1984, p. 59.
7. Perales, Tomás, "Inicio y evolución del videograbador", en Introducción al video, Centro de Estudios Cinematográficos, 1988, p. 52.
8. Boyd A., Douglas, op.cit., p. 283.
9. Dols, Joaquim, op.cit., p. 99.
10. London, Barbara J., "Introduction", en Circulating Video Library, The Museum of Modern Art, New York, 1983, p. 9.
11. Sturken, Marita, "La elaboración de una historia", en revista El Paseante, No. 12, Madrid, España, 1989, p. 68.

12. Ibidem, p. 68.
13. Ibidem, p. 77.
14. Mercader, Antoni, "La Tecnología Video", en En Torno al Video, Ediciones Gustavo Gili, 2a. edición, 1984, p. 13.
15. Boyle, Deirdre, op.cit., p. 284.
16. Martínez Abadía, José, Introducción a la Tecnología Audiovisual, Paidós Comunicación, 1988, p. 157.
17. Entrevista al cineasta Carlos González Morantes, realizada por los autores en julio de 1991.
18. Gubern, Román, op.cit., p. 43.
19. Plancarte, Salvador, "Presagios en video", en El Universal, México, D.F., 27 de febrero de 1991.

CAPITULO II

LA INDUSTRIA DEL VIDEO EN EL DISTRITO FEDERAL

2.1. DESARROLLO DE LA INDUSTRIA EN EL DISTRITO FEDERAL: ESTUDIO DE UN CASO

La transferencia de películas a videocassette de media - pulgada permite ver cine en el hogar, sin cortes y cuando el interesado lo decide. A esta novedosa forma de consumir el - producto cinematográfico, erróneamente también se le ha iden- tificado como video.

Para tener acceso a los films, sólo se necesita una vi- deogradora, una televisión y obviamente videocassette, que se adquiere en un videoclub, negocio que cierra la circula- - ción del videograma como mercancía.

La videocámara se emplea para reducir costos de produc- ción y acabar en menor tiempo las películas que a veces ya ni se proyectan en la pantalla grande, destinadas exclusivamente para su distribución en videocassette.

En este capítulo se dará a conocer, de manera general, - el surgimiento y desarrollo de la industria del video comer- cial en la Ciudad de México. Y por otro lado, se mostrarán - los usos que algunas instituciones han dado al video para com- plementar la enseñanza y fomentar el hábito de la lectura.

La llegada a México de la videocassettera de uso doméstico y del videocassette, es el antecedente más importante que permitió el desarrollo de la industria del video en el Distrito Federal.

Investigadores y comerciantes desconocen la fecha exacta del arribo de estas tecnologías. Los primeros establecieron el inicio de 1980 como la fecha de su introducción a nivel masivo.

Carmen Gómez Mont apunta:

"Su penetración fue lenta debido a dos -- factores: la crisis económica traducida -- en constantes devaluaciones del peso frente al dólar y una política estricta en materia de importaciones. En esos años, rara vez se exhibían en escaparates aparatos electrónicos de uso doméstico de origen extranjero. Estas premisas explican por qué las principales vías de acceso a la industria del video fueron el mercado negro (de videograbadoras) y la piratería (de videocassettes)". (1)

Para finales de 1970, algunos mexicanos que viajaron al extranjero —principalmente a Estados Unidos— e interesados en el video, adquirieron videograbadoras de voluminoso tamaño como las Betamax SL-500 de Sony.

El investigador Jorge Antonio González escribe que entre 1978 y 1979 llegaron a Colima las primeras videograbadoras, su costo unitario era de mil dólares, mientras por cada videograma se pagaban ochenta dólares, en formato Betamax. (2)

Los usos del video están necesariamente ligados al aparato de televisión. Por eso el copiado de series, programas especiales o películas, fueron las primeras prácticas de los dueños de videocassetteras. El siguiente empleo fue la compra, renta o intercambio de filmes transferidos a cintas de media pulgada.

El periodista Jairo Calixto Albarrán, establece que las primeras películas grabadas en videocassette que se vendieron, eran de procedencia dudosa. Las compañías productoras de cine aún no habían creado la infraestructura necesaria para copiar a videocassette el material filmico que tenían.

"Entonces aparecen los pioneros del negocio del videoclub, gente que invierte en equipos de grabación para titular y subtítular, que traducen las cintas que han grabado del cable o parabólica o que consiguieron fuera de México". (3)

Al principio, los usuarios no tomaron en cuenta el origen de la película, ni generación, idioma, calidad de video o audio. Lo importante era adquirir los videocassettes mostrados en las cajas de zapatos —primeros aparadores del producto— para poder elegir entre diez o quince títulos, no más.

Paulatinamente los clientes tuvieron mayor necesidad de este entretenimiento, más aún por los títulos de películas pornográficas (XXX). La videocassettera permitió privacidad total o la justificación para invitar a más gente. Carmen Gómez Mont ubica el nacimiento de la industria de la pornogra-

ffa en videocassette junto a la del video. "La pornografía se expandió en países donde había gran censura". (4)

En el Distrito Federal no eran muchos los sitios donde los capitalinos podían alquilar películas. Además de Tepito, uno de los primeros lugares donde se comercializó este material de forma ilegal, (*) en el mercado de la Lagunilla, algunas calles del centro, Coruña, mercados sobre ruedas, tianquis, bazares —que entonces iniciaron en cada punto cardinal de la ciudad—, el familiar o el amigo viajero eran las formas de abastecimiento.

Tienen razón los representantes de la industria del video, cuando afirman que ésta surgió de la piratería.

Alejandro Ruiz C., director de la revista Videomonitor dice que entre 1985 y 1986 ciertos venezolanos vinieron a México, rentaron en la colonia del Valle un departamento con cablevisión y sacaron masters de las películas transmitidas sin comerciales, para luego, en su país, hacer múltiples copias y venderlas. (5)

Esto puede dar una idea de cómo llegaron al Distrito Federal tantos filmes transferidos a videocassette, porque algu

(*) Actualmente, según la información del periódico El Nacional, "Tepito es el principal centro de piratería de videos, aquí existen entre 80 y 90 productoras de videos copiados ilegalmente, diariamente cada uno de ellos produce un promedio de 100 videocassettes, por lo cual la producción ilegal de películas en videocassettes alcanza la cifra de 8 mil diarias." (6)

nos mexicanos y extranjeros hicieron lo mismo en otros países para luego ofrecer los "estrenos".

La demanda fue creada y con base en la respuesta del - - cliente, comenzó la industria en forma. Al principio no se - le consideró ilegal, ya que el gobierno mexicano no tenía nin - gún reglamento al respecto.

El mercado estaba poco explotado; la demanda de pelícu-- las se incrementó y la oferta adquirió un nuevo nombre: video club. Este se surtió de cintas que no eran originales pero - tenían títulos de moda.

Patricia Vega apunta al respecto:

"Con la proliferación de miles de establecimientos dedicados a la reproducción, -- venta y alquiler de películas, cuyos títu -- los incluso no habían sido exhibidos en -- las salas cinematográficas o que, por el contrario, habían resultado grandes éxi -- tos en taquilla, logró extenderse el mer -- cado del video en todo el país."(7)

El Distrito Federal no fue lugar exclusivo del surgimien -- to del videoclub. Así lo da a conocer Jorge A. González:

"...para 1982 inician en Guadalajara dos redes comerciales de renta de VGRs. Capi -- tán Video, A.C. (propiedad del argentino Alberto Berner, en contacto con los dis -- tribuidores de Miami, Florida, USA) y Sa -- fari Video Club, A.C. Capitán Video co -- mienza a promocionar franquicias por me -- dio de la prensa de Guadalajara (El Infor -- mador) para establecer Casas de Renta con -- cesionadas mediante el pago de 350 mil pe -- sos más otros 350 mil pesos para un stok -- de 300 VGRs".(8)

Una sucursal de Capitán Video fue inaugurada en la Ciudad de México.

Todos los videoclubes se identificaron como Asociación Civil, se registraron en Hacienda, pagaron como causantes menores y dieron la cuota fijada por las sociedades autorales: el cinco por ciento de sus ingresos. Así lo menciona Patricia Vega, quien además agrega:

"Al tiempo que los videoclubes proliferaron, comenzaron a operar con inventarios -- entre las mil quinientas y tres mil distintas películas en copias piratas. Las productoras cinematográficas estadounidenses comenzaron a preocuparse por el dinero que estaban perdiendo a causa de la explotación comercial de un producto que -- les pertenecía. Por lo que presionaron -- para que las autoridades mexicanas hicieran algo al respecto." (9)

Douglas Boyd apunta:

"La Motion Picture Export Association of -- America (Asociación Cinematográfica Exportadora de América) ha estado poniendo con siderable presión sobre los gobiernos de América Latina para que legalicen la importación de copias legítimas de películas, lo que ha traído algunos cambios en las políticas [de estos gobiernos]." (10)

Antes de 1985, los videoclubes eran más de siete mil en todo el país --esto sin considerar el alquiler de películas -- en los puestos del comercio ambulante-- y algunos conformaron la Asociación Nacional de Videoclubes (ANVIC).

Luego de cinco años de permitir el surgimiento y desarro

llo de la industria del video, las autoridades mexicanas dieron a conocer la legislación respectiva. No es casual que -- después de observar el millonario negocio del video, se unieron justificaciones, que desde tiempo atrás debieron ser plan teadas e incluso previstas en alguna ley, para poner en regla la explotación de las películas en video.

El 13 de mayo de 1985, el Diario Oficial de la Federación publicó el Acuerdo relativo a la creación de una sección en el Registro Público Cinematográfico, encargada del reconocimiento de las obras contenidas en videogramas o cualquier objeto de contenido y utilización similar. En ella se reconoce que:

"...los videogramas y sus modalidades han tenido, un rápido avance tecnológico y ha quedado al margen del marco jurídico vigente."(11)

Un día después se registraron en la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) [dependiente de la Secretaría de Gobernación],

"todo tipo de obras audiovisuales contenidas en videogramas, videocintas, videojuegos u otros medios tecnológicos similares que existan o existieren y que requieran de difusión o reproducción para fines comerciales, científicos, didácticos, etc."(12)

Asimismo, lo hicieron las personas físicas o morales dedicadas a la explotación comercial de obras audiovisuales registradas, o las empresas reproductoras de las mismas.

Esta medida legal tuvo como objetivos: hacer cumplir el pago de los derechos autorales, evitar la reproducción indebida de los trabajos en video y "Garantizar al usuario y autores que la obra reproducida contenga las normas de calidad de bidas."(13)

Lo anterior significó un cambio total para los iniciadores del negocio. En adelante debieron declararse como causantes mayores y pagar lo que las autoridades consideraron justo por los derechos autorales y de explotación comercial.

Los demás optaron por seguir al margen de la ley, ya que por decreto no se acaba con la piratería. El otro camino fueron las multas, el cierre de videoclubes y la cárcel para sus propietarios.

Este "llamado a la legalidad" como lo dijo José María -- Fernández Unsaín, presidente de la Sociedad General de Escritores Mexicanos (SOGEM), pretendió acabar con la piratería.

Patricia Vega abunda:

"Para ejemplificar la situación, Fernández Unsaín citó el caso de una acción realizada en la Ciudad de México, sitio donde se encontró una compañía pirata con 5 mil videocassettes, 60 reproductoras y -- una facturación por 760 millones de pesos durante los cuatro meses de actividades -- que llevaba la compañía."(14)

Casualmente las autoridades legislaron tarde --no obstante a México se le considera uno de los primeros países regula

dores en materia de videocassettes. Llama la atención que -- apenas se aplicó esta ley, se dio a conocer públicamente la existencia de la empresa Videovisa —filial del consorcio de comunicación Televisa.

En conferencia de prensa del 22 de mayo de 1985, Fernando Macotela —entonces responsable de Cinematografía de RTC—, informó que hasta esa fecha se habían registrado 239 títulos —62 de películas nacionales y los otros 167 de extranjeras. Ahí también dijo que Videovisa y Videohogar ya estaban registradas con 112 y 150 videoclubes respectivamente. (15)

Videovisa es la compañía que compra los derechos a empresas cinematográficas, mexicanas o extranjeras, y se encarga de reproducir las películas en nuestro país. (*)

Por su parte, Videohogar —cuyo dueño era el ya citado — Alberto Berner—, quebró. Jorge González informa:

"Al enterarse Televisa de la sería competencia que realizaría Cya-Videohogar, -- presiona a Hacienda para que inspeccione su planta en Guadalajara y finalmente la reproductora de alta velocidad es requisada, así como gran cantidad de videogramas de los que no se habían pagado las regalías correspondientes." (16)

(*) "...Videovisa dejó de pertenecer formalmente al consorcio TELEVISIA desde enero de 1991, su principal accionista es el propio Tigre, a quien se suman entre otros Alejandro Burillo Azcárraga y los hermanos José Antonio y Guillermo White, y por ello su desarrollo resulta inseparable del de otros ramos en donde TELEVISIA-Azcárraga tiene intereses". (17)

Los videoclubes legalizados, se enfrentaron a la disyuntiva de competir desventajosamente con Videovisa o integrarse como Videocentros. A partir de entonces, los primeros se denominaron independientes, porque no pertenecen al grupo Videovisa. Patricia Vega señala:

"Humberto Barbosa, director general de Videocentro, declara que la política de la empresa ha sido la de absorber a los videoclubes independientes para darles la oportunidad de acceder a un sistema legal." (18)

Algunos Videoclubes desaparecieron, mientras, los puestos ilegales continuaron con la oferta de películas, aunque escondidas entre cinturones o ropa y sólo mostraron listas con títulos.

La legislación del 14 de mayo de 1985 coincide, por un lado, con las necesidades de Televisa, y por el otro, con las presiones de las compañías cinematográficas extranjeras, fundamentalmente norteamericanas. (*)

Jairo Calixto Albarrán apunta:

"...los dueños de videoclubes ajenos a Videocentros y a Videovisiones [los que describiremos más adelante] tuvieron que enfrentarse a reglamentos confeccionados al vapor, discusiones bizantinas con aboga-

(*) Paramount Pictures, Universal Pictures, Warner Home Video, CBS Fox Video y Columbia Pictures son algunas de las compañías que actualmente venden a Videovisa. Cabe aclarar que Columbia fue adquirida en 1989 por la firma japonesa Sony Corporation.

dos y tinterillos parciales que enredan - las leyes existentes, autoridades que no alcanzan a comprender la gravedad y la importancia del asunto y demás personajes - que adornan la burocracia nacional que no daban cauces justos a la problemática del video".(19)

Actualmente esta ley obliga a los dueños de cualquier - videoclub a pagar mensualmente veintidós días de salarios mínimos a la Federación Mexicana de Sociedades Autorales y Conge - xos (FEMESAC) por concepto de derechos de autor.

El pago resulta injusto porque considera a todos los vi - deoclubes por igual, cuando algunos ganan más que otros. Hay títulos que se rentan con mayor frecuencia y por tanto a esos autores se les debería dar un mayor porcentaje de regalías.

Esta tarifa ha sido ajustada en varias ocasiones y cada cambio ha favorecido a muy pocos. Así se demuestra en el ex - tracto de esta entrevista:

"[Videomonitor] -¿Cuánto paga Videocentro, el 1.65%?
R.C. [Roberto Cantoral] -No, en enero [de 1987] se regularizó a 30 salarios mínimos, favoreciendo a Videocentro, porque el - 1.65% representaba más que los 30 sala - rios, para evitar conflictos a nivel na - cional de que Videocentro pagaba menos ya los regularizamos a 30, a ellos les convi no, pero fue para demostrarles a todos - los videoclubes que no hay ninguna arbi - trariedad."(20)

En esa misma entrevista, Roberto Cantoral (hijo), enton - ces encargado de la cobranza de cuotas autorales tanto de la

Sociedad de Autores y Compositores de Música (SACM) como de FEMESAC —hoy director general de esta Federación— explicó cómo se repartía el dinero recaudado:

"Si usted saca cuentas de 450 millones en un año (aproximación obtenida en 1986) dividido entre 100 mil autores mexicanos, multiplicado por el mundo, le toca de a peso a cada uno". (21)

Cabe mencionar que en los Estados Unidos no existe ninguna ley que exija el pago por el derecho de autor. Por tanto, México no tiene la obligación de retribuir a los autores de películas norteamericanas, las predominantes en el mercado y también de las que se obtienen más ganancias. (22)

Para enero de 1990, Justino Compeán Palacios, vicepresidente y director general del grupo Videovisa, dijo que cuando iniciaron funciones con Videocentros (1985), el 95% de su catálogo estaba en inglés "ahora tenemos un 75% cine extranjero y un 25% cine mexicano". (23)

En los videoclubes independientes la mayoría de las películas también son extranjeras. Lo anterior muestra la parcialidad de esta ley, así como el poco interés del gobierno mexicano por encauzar debidamente la industria comercial del video.

Aún más. La profesora Carmen Patricia Ortega Ramírez, menciona que este acuerdo gubernamental no previó las conse--

cuencias educativas y culturales del uso casero de la nueva - tecnología.

2.1.1. VIDEOVISA

Videovisa fue creada con el respaldo de Televisa. El -- grupo está compuesto por las siguientes compañías: Central de Video, Galavideo y Videocentro, S.A. de C.V.

Central de Video se encarga de duplicar y producir el ma- terial adquirido por Videovisa, se ubica en Mexicali, Baja Ca- lifornia. Está considerada como la planta de duplicado profe- sional más moderna e importante en América Latina.

Fernando Arango, director general de Central de Video, - afirma:

"Nuestra principal preocupación es el ni- vel de calidad, ahora estamos en estándar- es a nivel mundial, tan es así que gran parte de nuestra producción se destina al mercado norteamericano." (24)

En la industria nacional no sólo duplica a Videovisa, -- también lo hace a Videomax, Provisa, Ofer Video, Reproductora de Tijuana, entre otras.

Central de Video emplea la más alta tecnología en 14 má- quinas Sony de alta velocidad con rayo láser, en la que un co- piado de dos horas se reduce a dos minutos.

Asimismo, cuenta con más de dos mil máquinas de uso in--

dustrial Betamax y VHS para volúmenes pequeños. En el Distrito Federal también tiene una planta duplicadora, más pequeña, hace pocas cantidades y muchos títulos. Mientras la planta de Mexicali produce grandes cantidades y pocos títulos.

La razón de que Videovisa ofrezca este servicio a compañías independientes responde a estrategias de expansión, a la experiencia en la manipulación del mercado, durante más de seis años. Este grupo es el más poderoso en la industria del video comercial mexicano. (*)

Galavideo surge desde 1985 de videocassettes al mercado nacional. Héctor Scheleske, director general de Galavideo, establece:

"Originalmente había muchas restricciones para importar videocassettes terminados, por eso, Galavideo optó por maquilar el videocassette en México a partir de la cinta magnética (pancake) y la caja de plástico (Shell)." (25)

La empresa comercializa el videocassette virgen bajo la marca Viditrón y Videovisa en los formatos Beta y VHS, incluso vende su producto a algunas reproductoras nacionales.

Por el momento, Galavideo provee exclusivamente a Video-

(*) José Luis Gutiérrez Espíndola establece al grupo Videovisa como el líder indiscutible en el mercado entre casi cien proveedores que actualmente se disputan el mercado. También informa que pronto colocará acciones por un monto aproximado de 80 millones de dólares tanto en la Bolsa Mexicana de Valores como en los mercados bursátiles de Estados Unidos y de Europa. (26)

visa de nuevos productos como los Pics Preview o "Rocola del video" que permiten al cliente revisar, por medio de un table ro y un monitor, el resumen de 99 películas para elegir las - de su preferencia.

Además, comienza a manejar la venta directa al cliente - de videogramas como: Senda de gloria, Las huellas de un perro, Biografías del poder, América campeón, la primera y la segun- da visita del Papa a México, entre otros.

José Ernesto Giaccardi, director de ventas de Videovisa, expone:

"Estados Unidos inició en 1980 el mercado de renta, en 1985 empezó con los intentos de mercado de venta directa, vendiendo 12 por ciento del total de ese mercado. Para 1990 están esperando vender un 60 por ciento de la producción total. Hay un po tencial de que ese mercado sea factible. Ya se pueden encontrar en Estados Unidos videos super especializados. Vamos para allá, poco a poco nos vamos acercando, pe ro tiene que ver con la madurez del merca do. Tiene que ver mucho con que la gente esté dispuesta." (27)*

Es importante resaltar que Galavideo se integró totalmen te al grupo Videovisa en septiembre de 1990. Antes sólo era su principal abastecedora de videocassettes. Esta empresa - ofrece videograbadoras, rebobinadoras de videocassettes, en- tre otros artículos bajo el sello de Viditrón. Asimismo, ven

(*) En Estados Unidos hay tiendas que tienen 1500 títulos de videos que no son películas, son programas de aprendizaje, cómo hacer chocolate, - cómo jugar tenis, cómo hacer gimnasia, la historia de los pintores, de los museos, etc. y que sí se consumen. (28)

de sus accesorios a toda reproductora que quiera adquirirlos.

En un balance de logros, publicado en el boletín Ecos -
del Video se afirma:

"De esta manera Videovisa logra una venta
ja competitiva pues Galavideo la abastecerá
de materia prima con beneficios en precios,
costos y desarrollo de la manufactura.
Se puede hablar de éste como un logro de
integración vertical pues cada vez se tiene
mejor control de todas las partes del proceso."(29)

REDES DE DISTRIBUCION

Videovisa, a través de las franquicias que otorga Videocentro, S.A. de C.V., distribuye sus productos a Videocentro - (creado en 1985), Videovisión (1986), Videosistemas (1986) y Macrovideocentros (1990).

En sus inicios, la cadena de Videocentros no resultó una opción atractiva para los videoaficionados. Los precios de sus rentas eran superiores hasta en 50% respecto a los del mercado independiente. Carmen Patricia Ortega señala:

"Videocentro acaparó a cientos de video--clubes independientes; éstos pusieron el local, el personal y los videocassettes - con que contaban y la empresa les ofreció el respaldo de su firma, amplia difusión publicitaria, el 25% de las suscripciones y el 50% de las utilidades por la renta - de videos".(30)

Como una manera de contrarrestar la competencia de los -

precios que ofrecen los videoclubes independientes, la cadena Videovisión se dedica a la renta de videos a precios más accesibles.

La condición material de aquellas cintas se describe en una nota de la revista Videomonitor:

"Las películas de Videovisión están más gastadas o son muy antiguas. Videovisión se encarga de las películas que después de determinado tiempo en Videocentro se retiran por medio de campañas de devolución." (31)

Alejandro Rocha, director de Videovisión, explica que los Videovisiones a diferencia de los Videocentros fijan libremente el precio de renta, si quieren elaboran sus promociones y pueden seleccionar los títulos y formatos. (32)

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ENTRE:*

	Videocentro	Videovisión
Costo por franquicia	34 mil dólares (92 millones de pesos)	19 mil dólares (57 millones de pesos)
Películas con que abre	Mil	Quinientas
	Paga mensualmente a Videovisa 75%, por concepto de suscripciones.	No paga nada a Videovisa por concepto de suscripción ni rentas.
	No paga nada a Videovisa - por la remesa mensual que recibe (tiene la exclusiva de estrenos).	Paga a Videovisa 720 dólares (dos millones 160 mil pesos) por la remesa mensual que recibe. Es obligatorio comprarla. La mayoría de títulos ya fueron estrenados en Videocentro.

*Datos actualizados hasta abril de 1991.

FUENTE: Entrevista con la dueña de un Videovisión en el Distrito Federal, que pidió no ser identificada.

Videovisa tiene un proyecto distinto con la cadena Videovisión. Ha permitido que los videoclubes independientes sean una constante competencia. Además, ha organizado en todo el país Ferias de Videovisión donde se encuentran películas de Videovisa junto a las de compañías independientes. Varias veces éstas ofrecen mejores títulos y más recientes.

El Videosistema, es la inserción de Videocentros en tiendas departamentales y de autoservicio, tales como: Aurrerá, - Suburbia, Comercial Mexicana, Sears, Gigante o Blanco. En el boletín Ecos del Video se establece:

"En 1988 las cadenas participantes de Videosistema tuvieron tal incremento en puntos de venta a nivel nacional y un incremento en la demanda de títulos por parte de socios, que Videocentro S.A. de C.V. toma la decisión de manejar el mismo sistema de participación en rentas de los Videocentros afiliados." (33)

Antes, estas tiendas se surtían del producto de compañías independientes, pero dada la fuerza de Videovisa no les convino tener videoclubes sin la razón social del consorcio, por eso se asociaron a él. El resultado ha sido favorable por la cantidad de clientes que acuden a los numerosos almacenes y sucursales.

Cabe mencionar que no obstante las diferencias entre Videocentro y Videovisión, hay algunas similitudes: al adquirir las franquicias pagan mobiliario, anuncio de marquesina y señalamientos. También cumplen con requisitos como: local amplio, facilidades de estacionamiento y que el videoclub no esté cerca de otro de la misma cadena.

El hecho de que Videovisa tenga relación con Televisa representa el mejor medio de campañas publicitarias. Así lo reporta Ecos del Video:

"El 31 de octubre pasado Videovisa y Televisa firmaron el Plan Francés para 1991, que consiste en un pago anticipado que -- permitirá tener una mayor cantidad de -- spots publicitarios en los canales 2, 4 y 5, en seis estaciones de radio y alcance en las 24 televisoras más importantes de la provincia." (34)

Videovisa está considerado entre los quince clientes más importantes de Televisa. Aquel grupo ya cuenta con su propio centro de post-producción, cuyo objetivo principal es hacer todos los anuncios, cápsulas y programas de esta empresa, así como los videoestrenos y videopremieres —los dos últimos solamente para videoclubes que venden el producto Videovisa. Cada realización emplea la más alta tecnología.

Ecos del Video comenta al respecto

"La consentida de muchos es Aurora, una computadora que permite crear animación tridimensional con una posibilidad de más de 16 millones de colores, sirve también para diseñar logotipos, con volumen y brillos y corregir imágenes grabadas de antemano."(35)

A través de la vicepresidencia de Publicidad, Videovisa se encarga de planear, producir y colocar las campañas en prensa, radio y televisión y anuncios en la vía pública. Además de producir la publicidad que cada región del país demanda.

En 1990 se puso en práctica el proyecto de los Macrovideocentros, otra red de distribución. Por este medio se intenta vender diariamente lo que comercian diez videoclubes tradicionales. Se trata de tiendas con amplios espacios, varias copias de un mismo título, autoservicio, catálogos computarizados, así como la venta de dulces, videocassettes vírgenes, videoboutique y videojuegos.

Videovisa aprovecha sus establecimientos para rentar y ofrecer otros productos como los videojuegos de la marca Sega, cuyas concesiones ya son obligatorias para abrir un Videocentro o un Videovisión. También expenden paraguas, encendedores y demás objetos con motivos alusivos a películas de éxito. Los Videocentros también son centros de canje de los pilones, sistema que incrementa la renta de películas.

Tampoco pierde la oportunidad de asociarse con otras empresas. Así lo informa Ecós del Video:

"Próximamente los afiliados a Grupo Video visa en el Distrito Federal encontrarán una novedad en los locales a donde acuden a rentar películas: Sabritas y Soncris's."
(36)

Las redes de distribución de Videovisa parten de los Centros Regionales. Un Centro Regional es el sitio donde acuden los afiliados de Videovisa para adquirir películas en forma de remesas. Esta primera red recibe directamente los videocassetes copiados, de los dos centros de duplicado. Están ubicados en el Distrito Federal, Hermosillo, Culiacán, Acapulco, Villahermosa, Tampico, Guadalajara, Monterrey, Celaya y Mexicali.

2.1.2. VIDEOMAX

La empresa reproductora Videomáximo S.A. de C.V. fue creada en octubre de 1985, según informa en su carpeta publicitaria:

"Surge en el mercado del video con 20 -- años de experiencia en el mercado internacional de películas. Videomax está respaldado por su compañía fundadora ARTE CINEMA DE MEXICO, S.A." (37)

Por esta razón, Videomax estrena en poco tiempo los éxitos cinematográficos que están en cartelera. Aprovecha el impacto de la película así como la publicidad para lanzar y luego exhibir su producto en videocassette.

Actualmente surte a 1,120 videoclubes independientes en el Distrito Federal y área metropolitana, la mayoría son -- clientes constantes. (*)

Videomáximo compra derechos de películas a compañías como: Cannon, CBS Fox --empresa distribuidora en videocassette -- de todo lo que produce la Twenty Century Fox-- América Video Film, Pent House --la productora de todo el material tres -- equis que rentan--, entre otras.

OFERTA DE TITULOS

Videomax selecciona sus títulos con base en la demanda -- del mercado. El señor Fernando Cañibe, gerente de Videomax -- ciudad de México, explica:

"Dentro del mercado de películas se tratan de obtener las que son más publicitadas para cine. Los vendedores miden en la calle lo que al videoclub le demanda -- la gente" (38)

(*) Datos actualizados hasta mayo de 1991.

Este mercado muestra el patrón de lo que ofrece Videovisa. El señor Cañibe expuso cuáles son los géneros que tienen mayor demanda en Videomax:

"Primero, la acción es lo más comprado -- por el videoclub. Nosotros manejamos películas ganadoras de óscars y de una calidad excelente: 'Amadeus', 'El nombre de la rosa', 'El chofer y la señora Daisy'. Próximamente 'Danza con lobos'. Todas -- esas películas son muy buenas, de excelente producción, películas de arte de alguna manera, que no son tan demandadas por el consumidor de video como las películas de acción: 'Duro de matar', 'Delta Fox', todas las de Charles Bronson, Chuck -- Norris. Es lo más demandado. Segundo, -- el terror como los 'Halloween' y 'Miércoles trece'. Tercero, comedia. Cuarto, -- drama. Y quinto, el producto para niños. Yo creo que en ese orden sería la aceptación que tiene en el videoclub y la demanda que propicia el propio consumidor." (39)

Los títulos de esta compañía son publicitados --en distintas fechas-- en los periódicos El Universal, La Prensa, -- Ovaciones, Esto y las revistas Videomonitor, Contenido y Tele-
guía.

En el primer diario existe una columna denominada Video-crítica, donde se reseñan las películas con la marca Videomax. Esto significa una novedosa estrategia publicitaria, sin embargo, hasta el momento no se anuncian en televisión, medio -- que para la industria representa la mejor manera de publici-
dad.

Videomax tiene sucursales en Guadalajara, Veracruz, Pue-

bla, Mazatlán, Monterrey y Cuernavaca; y distribuidoras en Yucatán, Querétaro, Estado de México, San Luis Potosí, Tamaulipas, Sonora y Chihuahua. Sucursales y distribuidores, cubren cada estado de la República.

En el Distrito Federal, aparte de los videoclubes independientes, surte su material a Sanborn's, Liverpool, El Nuevo Mundo y El Palacio de Hierro.

2.1.3. VIDEOMAX Y LOS VIDEOCLUBES INDEPENDIENTES: UNA OPCION QUE NO DEBE TERMINAR

Videomax, considerada por los concededores la segunda empresa nacional del video luego de Videovisa, ha sido importante abastecedora del mercado independiente.

Junto con Ofer Video, Provisa, Mexcinema Video, Video Azteca, Corvimex, Video Veta... impulsó la red de videoclubes independientes mexicanos.

Jorge A. González menciona una época en la que estas reproductoras superaron a Videovisa:

"A tal grado que, para 1987-1988 Videomax estaba comercializando con muchas más ganancias por volumen de venta que Videovisa las películas." (40)

Por tal motivo, las compañías productoras extranjeras --dieron preferencia a las distribuidoras independientes, así --se logró su crecimiento y expansión. Jorge A. González abunda:

"Al parecer Videovisión y su amplia red de clubes afiliados, en pleno 1989, quedó restringido al estreno de apenas diez películas por mes. Todo esto modificó por supuesto la posición inicial de Videovisa y cambió las relaciones del reciente mercado nacional. Se había efectivamente -- creado un público nuevo." (41)

Atento a las modificaciones surgidas, Videovisa introdujo su producto al llamado mercado independiente:

El objetivo del grupo es acaparar el mercado, vender, material de Videovisa, esté o no en las cadenas Videocentro o Videovisión. El joven monopolio ya expande su marca a cualquier videoclub. No es casual que algunos de sus promotoriales ya no aludan a Videocentro o Videovisión y sólo se identifiquen como de Videovisa.

Hoy Videovisa ha logrado penetrar en un mercado que con el paso del tiempo tal vez deje de ser independiente. Esta intención se manifiesta en el recuento anual 1990 hecha por Ecos del Video:

"Nadie puede hoy vivir sin el producto Videovisa, el éxito de los Videocentros, Videovisiones y Videosistemas es muestra de ello y los datos lo corroboran: con el 51% de las unidades y captamos el 57% del dinero que se invierte en videocassettes." (42)

En la carta editorial de la misma publicación se afirma:

"...no debemos perder de vista que el mercado del video sigue creciendo, siendo -- los niveles económicos medio y bajo los que presentan una tendencia hacia la alta

en la adquisición de videocassette--
ras. Baste decir que en el nivel so-
cioeconómico bajo se estima que la -
penetración de la videocassettera es
apenas del 24% y en el medio del 62%.
Esto nos da una idea del potencial -
del mercado que tenemos todavía por
cubrir". (43)

También informa que para septiembre de 1990 las ventas -
alcanzaron a las realizadas durante todo 1989. Lo cual es --
atribuido a su expansión en el mercado independiente.

Por su parte, y luego de este pequeño despegue, las com-
pañías reproductoras independientes siguen en la competencia,
bajo el mando de Videovisa.

El señor Fernando Cañibe anota:

"Yo creo que ha venido a ser una verdade-
ra opción para el cliente, el que Videovi-
sa esté en el mercado independiente por--
que ahora más que nunca el cliente tiene
la opción del video. Tiene todo el produc-
to que manejan los Videocentros pero en -
el videoclub independiente, más lo que --
ofrece Videomax, Ofer Video, de todas las
demás compañías que no hay posibilidad de
adquirir en los Videocentros". (44)

A pesar de esta apertura el videoaficionado no encuentra
todos los títulos que se ofrecen en Videocentro o Videovisión.

También es cierto el aumento en ventas del mercado inde-
pendiente. Basta con mencionar la publicidad que respalda al
producto Videovisa.

Habría que cuestionar si se está perdiendo o no esa lla-

mada independencia a través de una bien planeada estrategia - expansiva de Videovisa.

Videomax duplica su material en Central de Video para lograr la misma calidad del producto Videovisa. "Pues siempre nos han comparado" reconoce el señor Cañibe.

Esta reproductora compra sus videocassettes vírgenes en el mercado nacional y también los importa.

Otra muestra expansiva de Videovisa sobre el mercado independiente son las macrotiendas de video.

Su estrategia se remite a la paulatina desaparición de los videoclubes menores. Por medio de la publicidad crea la demanda de su producto, que al pasar el tiempo ya no podrá -- ser satisfecha por el pequeño videoclub, menos aún si es independiente. Y por otro lado consolida su posición ante la competencia representada por las cadenas americanas Blockbusters.

El señor Cañibe considera la apertura de los Macrovideocentros como una respuesta a la demanda del consumidor en busca de más copias de un mismo título. Las estima como el futuro del video en México y augura la desaparición de los videoclubes pequeños. "Aun cuando para compañías como Videomax - son una buena parte del mercado".⁽⁴⁵⁾

Las Macrotiendas Videocentro manejan 25 ó 30 copias de un solo film en Beta y en VHS. De esta manera el público tiene rápido acceso a la película publicitada.

Fernando Cañibe dice que es importante tomar en cuenta la entrada de los Blockbusters. "Yo creo que ahí pasaría lo que está pasando con las misceláneas, cada vez hay menos misceláneas porque cada vez hay más supermercados." (46)*

2.1.4. MACONDO CINE VIDEO Y ZAFRA VIDEO

La mayor parte de las compañías reproductoras y videoclubs del Distrito Federal, ofrecen al usuario películas que aseguran ganancias económicas. Acción, terror, drama, sexicomedias, aventuras y pornografía, son los géneros más comunes.

Los títulos de películas mexicanas y extranjeras con más demanda son muy parecidos: Chiquita no te la acabas, La caza al octubre rojo, Lola la trailera, Amarga experiencia, El mejor trasero de la playa, Tortuga ninja, Duro de pelar, Nacido el cuatro de julio, Duro de matar, La pulquería o Pecados de guerra son las cintas de moda con mayor éxito. (**)

(*) Cabe aclarar, que en esta investigación se ha comparado a Videomax con Videovisa, porque es la reproductora más importante del mercado independiente. De ninguna manera se hizo con la intención de menospreciar o demeritar su labor, ni de augurarle un futuro. Solamente se midieron capacidades para trazar, de alguna manera, el panorama de la industria del video comercial en el Distrito Federal.

(**) Datos hasta abril de 1991.

Para decidir si una película se transfiere y explota en video, —al menos Videovisa— toma en cuenta el interés que pueda despertar en el público, si fue exhibida en cine y tuvo éxito en taquilla, si ya se transmitió por televisión, si tiene calidad fílmica. También se considera elenco y créditos, año de producción, costo, y el interés de la propia compañía productora. (47)***

(***) Hay un convenio entre compañías productoras, de respetar un periodo entre el estreno de cine y video —seis meses aproximadamente— y la transmisión televisiva —un año después de explotarse en video.

En la ciudad de México y área metropolitana, hasta abril de 1991 hay dos mil videoclubes, según estimación de Alejandro Ruiz C., director de la revista Videomonitor, y mil seiscientos cuatro, con base en los datos de FEMESAC.

Este panorama se complementa con una distribuidora comercial: Macondo Cine Video que desde finales de 1985 incluye -- cintas reconocidas por su contenido y/o calidad fílmica.

Guadalupe Sosa, gerente general de Macondo Cine Video, -- define a esta empresa:

"Macondo es un concepto diferente en el -- video. Se fundó un poco con cierto idealismo de poder hacer llegar al público -- que ve cine en su casa, un tipo de material diferente al comercial".(48)

Así lo corroboran sus títulos: ¿Cómo ves?, Diario para -- mis hijos, Coca cola kid, Retrato de Teresa, Frida, naturaleza viva, Moscú no cree en lágrimas o Alsino y el Cóndor, entre otros. En su mayoría ya premiados en festivales cinematográficos.

Guadalupe Sosa afirma que la gente conocedora de cine, -- de argumentistas, de directores y de actores, disfruta estas películas y para quienes las alquilan para distraerse, se distraen. (49)

El objetivo de Macondo se torna difícil si se considera la cantidad de títulos comerciales que ofrece la industria. --

Guadalupe Sosa lo atribuye a la falta de difusión de otro tipo de películas:

"Nos ha costado muchísimo trabajo penetrar al mercado. Ha sido una gran lucha de titanes, porque los videoclubes de quienes dependemos nosotros para sobrevivir, prefieren comprar una película de 'Rambo' o 'Las tortugas ninja', que son más alquiladas". (50)

Macondo compra los derechos de películas para comercializarlas por un determinado tiempo. El 99.5% de sus títulos son extranjeros (de países como Brasil, Colombia, Cuba, Estados Unidos, Alemania y España) y el .5% son mexicanas.

No solamente distribuyen filmes, también musicales y documentales. El cine mexicano independiente es distribuido —a través del videocassette— por esta empresa.

REDES DE DISTRIBUCION

Macondo Cine Video provee de películas a tres videoclubes denominados Zafra Video, así como a los independientes que lo deseen. Cristina Chávez, encargada de Zafra, afirma:

"Los motivos que impulsaron a abrir los videoclubes Zafra Video fueron los mismos al ideal de Macondo. Hacer que esos videoclubes se distinguieran de los demás, de Videocentro y de los independientes." (51)

Zafra Video también distribuye material de Videovisa, Videomax, Ofer Video, Siglo XXI y Comunicación en Video, aunque los títulos son rigurosamente seleccionados.

Durante algún tiempo mantuvieron una sucursal de Zafra - en la colonia Héroes de Padierna —de estrato social bajo— y no funcionó porque el usuario pedía películas de karate, sangre o sexo.

Sus tres videoclubes se localizan en las colonias: Condesa, Coyoacán y Copilco Universidad. Dentro de sus planes está inaugurar una sucursal en Ciudad Satélite.

Zafra Video al ser una opción con los títulos de Macondo y de otras compañías, enfrenta problemas. Las últimas venden el producto por paquetes de seis películas y casi no existe - posibilidad de escoger.

Al preguntarle a Cristina Chávez cuántos títulos estrenan al mes, explicó:

"Hay veces que en un mes no hay ninguno - porque no hay nada nuevo. Si sale una película buena 'Jesús de Montreal, por ejemplo, es un estreno que sale en marzo y si la queremos para esa fecha tenemos que -- comprar el paquete. Si la compramos en - abril entonces sí me la pueden vender - suelta, mientras ya la distribuyeron como estreno en otros videoclubes". (52)

Frente a esta situación y luego de seis años, no puede - compararse el crecimiento del grupo Videovisa con el de Macondo Cine Video, ni el de Zafra Video con Videocentro o Videovisión. Guadalupe Sosa afirma:

"Nosotros pensamos que si tuviéramos un - aparato publicitario muy fuerte, hubiésemos penetrado en una forma más importante

al mercado, pero la publicidad es carísima. Además si Videovisa saca cada quince minutos un spot de estrenos en la televisión, a nosotros nos deja sin ninguna opción." (53)

Zafra Video publicita su material a través de revistas y periódicos.

Su infraestructura la componen 25 videocassetteras en -- formato Beta y 15 VHS. La encargada de los videoclubes Zafra, agrega: "Nosotros grabamos poco, porque tenemos pocos títulos, como 200 porque elegimos el buen cine". (54)

Tanto las instalaciones de Macondo Cine Video como de Zafra Video, se ubican en una casa de dos plantas de la colonia Coyoacán.

De acuerdo con la situación prevaleciente, Cristina Chávez concluye: "Lo del Consejo nos va a ayudar bastante. Poco a poco nos funcionará bien." (55)

Ella se refiere al contrato establecido con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), por medio del cual le transfieren películas con títulos de colección. El CONACULTA, por su parte, se encarga de distribuirlas a nivel de videoclub.

2.2. LA INDUSTRIA DEL VIDEO: OTROS USOS

En años recientes Universidades y Bibliotecas han utilizado al video. Las primeras como apoyo didáctico para enriquecer la formación de estudiantes y profesores. Las segundas, con el fin de introducir a los lectores a un medio que fomente y complemente la lectura. Tal es el caso del sistema de videotecas implementado en algunas bibliotecas públicas.

Sus acervos son muy amplios. Obtienen los materiales a través de contratos con las empresas productoras, y de convenios con distribuidoras y embajadas. También transfieren al video películas de sus colecciones. Para esto tienen equipo que les permite reproducir masivamente los materiales.

Pueden encontrarse documentales, programas educativos, de capacitación y películas que permiten al espectador reconocerse y recrear su realidad.

Al igual que las empresas comerciales, en su mayoría no ofrecen propiamente video. Películas transferidas a videocasette y programas destinados para la televisión, copiados en formatos domésticos, son las opciones que se pueden encontrar.

Es decir, todavía no son aprovechadas a plenitud las potencialidades del video. La mayoría de los materiales de enseñanza son de origen extranjero.

Iván Trujillo, director de Actividades Cinematográficas

de la UNAM, opina que el desarrollo del video científico en México, con respecto a otros países, tiene 10 años de retraso.

"Cuando digo 10 años de atraso, no quiero decir que no haya casos aislados, buenos. Pero como una producción sistemática y ordenada y muy bien pensados los objetivos, sí hay 10 años de atraso". (56)

Por su parte, Carlos González Morantes considera que el video ya debería ser un elemento fundamental en las escuelas y en la educación superior.

"Realmente no hay una producción seria en México de video educativo, los intentos - que se han hecho han sido de televisión educativa...No hay productos aislados, -- precisos para determinadas asignaturas y no hay series importantes de apoyo a la docencia, de formas didácticas de enseñanza". (57)

Para conocer objetivos, tipo de materiales y equipos se describirá el trabajo de cuatro instituciones que prestan el servicio de video: la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Iberoamericana, la Secretaría de Educación Pública y la Biblioteca Benjamín Franklin.

En primer lugar se presentará lo relativo a la UNAM. -- Cuenta con una videoteca en la Biblioteca Nacional, con un videoclub, así como con varios proyectos y equipos de video en algunas facultades, escuelas y centros.

Después y con el fin de ver cómo funciona este servicio en una institución educativa privada, se hablará de la videoteca de la Universidad Iberoamericana.

Con respecto a las bibliotecas, se hará referencia al -- sistema de Videotecas Públicas implementado por la Secretaría de Educación Pública, a través del Consejo Nacional para la - Cultura y las Artes.

La Biblioteca Benjamín Franklin, dependiente del gobier- no de los Estados Unidos, será incluida en este apartado, co- mo ejemplo del funcionamiento de dicho servicio en una insti- tución extranjera.

2.2.1. EL VIDEO EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Iván Trujillo afirma que en la UNAM apenas se empieza a usar al video para apoyo a la enseñanza y como ayuda para el registro de datos, encaminados a la investigación. Sin embar- go, deben mencionarse algunas experiencias sobre el uso de -- equipos audiovisuales para apoyar la educación.

En la UNAM ha existido el interés por aprovechar los re- cursos audiovisuales para apoyar el proceso enseñanza-aprendi- zaje, la orientación al alumno y la difusión cultural. Esta inquietud pronto se convirtió en una necesidad por el creci- miento de la población escolar. Para hacer llegar las cáte- dras a un mayor número de personas, se ha recurrido a los au- diovisuales, a la televisión de circuito cerrado y a la tecno- logía video. Con algunos se han obtenido mejores resultados - que con los otros.

A principios de los sesentas en la entonces llamada Escuela Nacional de Odontología, se utilizaban sistemas de circuito cerrado —con transmisiones en vivo— y diapositivas. Fue en 1969 cuando se adquirió por primera vez un equipo de videograbación. (58)

Por la misma fecha la Facultad de Medicina también se interesó en realizar videotapes de alto valor didáctico y científico.

Durante este proceso de adquisición y uso de tecnología video, se pulieron objetivos, políticas de producción y desarrollo de materiales educativos.

Así, en 1973 se constituyó la asociación civil Didacta que en 1979, se transformaría en el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales, CUPRA. Entre otras funciones tenía la de preparar video-tapes con fines didácticos e informativos. (59)

En ese mismo año, la Comisión de Nuevos Métodos de Enseñanza estableció como uno de sus objetivos principales fomentar el uso de medios audiovisuales en facultades y escuelas.

Magdalena Acosta y Federico Dávalos anotan que para la formación de los estudiantes de comunicación se instalaron estudios de televisión en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales en 1975 y en las ENEPs Aragón y Acatlán en 1979. Asimismo, pero para la producción de materiales que apoyaran

la docencia e investigación a las Facultades de Psicología, - Contaduría y Administración, de Medicina Veterinaria y Zootecnia y a la ENEP Iztacala se les dotaron de talleres de televisión. (60)

En 1979 se constituyó CUPRA para producir materiales audiovisuales, regular la adquisición de equipos y mejor aprovechamiento de los recursos existentes en las diferentes dependencias de la UNAM.

LA VIDEOTECA DE LA BIBLIOTECA NACIONAL

Durante la Segunda Muestra de Televisión Universitaria, realizada en febrero de 1982, se firmó un convenio entre la - Rectoría, la Dirección General de Divulgación Universitaria y el Instituto de Investigaciones Bibliográficas. Por medio -- del cual, la Dirección de Divulgación Universitaria se comprometió a depositar en la Biblioteca Nacional todas las series producidas por Televisión Universitaria. Además, en el mismo año la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, le entregó todas sus series producidas de 1976 a 1982. (61)

Dichos materiales constituyeron la base de la colección con la cual empezó a funcionar la videoteca.

En 1982 existían más de once mil horas de videograbación. Hoy se tienen cuarenta mil videocassettes aproximadamente. -

El 40% lo constituye la colección Introducción a la Universidad. (*) Además, existen programas de capacitación realizados por Televisión de la República Mexicana, de la BBC de Londres, de la Enciclopedia Británica, de la Fílmoteca de la UNAM, de Imevisión, del Archivo Casasola, de McGraw Hill y de Conacyt, entre otros.

De acuerdo con el coordinador de la videoteca, licenciado Enrique Sevilla, la mayor parte de la serie Introducción a la Universidad fue producida por facultades de la UNAM y Televisa.

No obstante tener nueve años de existencia, el servicio de videoteca de la Biblioteca Nacional es poco conocido. En su mayoría asisten estudiantes de educación media superior de escuelas particulares. En promedio acuden 300 usuarios al mes.

Existen producciones de salud, ecología, ciencias biológicas, ingeniería, ciencias sociales, derecho, historia y educación. Asimismo, existen películas, programas de capacitación —corte y confección, agricultura, albañilería y autoconstrucción.

(*) En 1976 se firmó un convenio entre la Fundación Cultural Televisa, A.C. y la UNAM para producir y transmitir la serie televisiva "Introducción a la Universidad". La lic. Rosa Martha Fernández consideró que dicha serie había sido insatisfactoria y que los programas habían sido un ejemplo de la antitelevisión educativa porque presentaban a la cultura "como algo tedioso, aburrido, esquemático, rígido y finalmente confuso". (62)

La videoteca de la Biblioteca Nacional no funciona como videoclub. Solamente hace copiad^{os}, siempre y cuando se lleve un videocassette para efectuarlo y se paguen veinte mil pesos por hora. El servicio está abierto a todo público.

El licenciado Enrique Sevilla calcula que el 60% del material se encuentra en formato Beta y el 40% restante en 3/4. No existe ningún videocassette de formato VHS.

Parte de su acervo se ha conseguido a través de la copia directa de televisión. "Como nuestro servicio no es lucrativo, utilizamos ese material que ya es de uso común", ⁽⁶³⁾ dijo el coordinador del área. Es decir, no se pagan derechos.

Se cuenta con tres máquinas de 3/4 y seis Beta. Existen tres salas —pequeñas videosalas—, que antes eran utilizadas por quienes solicitaran el servicio, sin embargo, "como era tanta la demanda dejaron de utilizarse". ⁽⁶⁴⁾

Por la novedad del medio todavía es necesario hacer ajustes en la producción y difusión de materiales audiovisuales. Se debe evitar que estos se conviertan en mero registro de actos protocolarios. Asimismo, no sería conveniente que los sistemas de circuito cerrado reprodujeran los mismos vicios en que han caído los canales de televisión tanto públicos como privados.

EL VIDEOCLUB DE LA UNAM

Con el propósito de dar a conocer el archivo de cine mexicano que tiene la Filmoteca de la UNAM, se creó el 15 de febrero de 1988, el videoclub universitario.

"Queremos aprovechar el video porque es el medio de proyección del futuro..."(65)

El compadre Mendoza, Café Tacuba, Zoot Suit, Expreso de media noche, Espaldas mojadas, El gran dirtador, La ilusión -- viaja en tranvía, El huevo de la serpiente, Lo que el viento se llevó, son algunos de los 155 títulos que componen la colección del videoclub. De no haber sido por un robo ocurrido en diciembre de 1990, se tendría casi el doble de películas.

Aunque el videoclub funciona tradicionalmente, se diferencia de los comerciales porque está destinado al servicio de los universitarios, estudiantes, profesores o trabajadores. Actualmente existen 725 socios —dato de mayo de 1991. Además, el costo por inscripción —\$5,000 al año— y el de alquiler —\$1,000 por día y por película, y \$2,000 fines de semana— es casi la cuarta parte de lo que cobran los videoclubes comerciales.

La Filmoteca conserva casi toda la memoria del cine mexicano. Sin embargo, de acuerdo con el encargado del videoclub, el señor Genaro Pantoja, las películas menos rentadas son las mexicanas.

Los materiales más importantes se han transferido a video. De esta forma se evita el desgaste de la película, se ahorran costos y se pone a disposición de un mayor número de personas. Así, cuando un investigador, profesor o tesista quiere hacer alguna consulta se les presta el videocassette que es más práctico.

Iván Trujillo aclara:

"Esta es una muestra de cómo manejamos cine, la ventaja de hacerlo en cine es que no se va a borrar, pero la distribución si la hiciéramos en cine, sería tan costosa que no la podríamos hacer. Entonces nos estamos apoyando en la otra ventaja que es el video". (66)

Con el fin de dar a conocer el material mexicano, se han incluido títulos prestados, se usan como ganchos. Algunas veces sí se pagan derechos por dichas películas, en otros casos se llega a acuerdos para obtener exenciones.

Algunos otros son: La rosa púrpura del Cairo, Historias de Nueva York, Los enredos de Wanda, Sexo, mentiras y video, todavía considerados estrenos en las colecciones de los video clubes comerciales.

La mayoría de los documentales incluidos en esta colección están destinados únicamente para consulta en las instalaciones de San Ildefonso de la Dirección General de Actividades Cinematográficas. En el catálogo del videoclub de la UNAM, sólo aparece un video de tipo científico Programa uni-

versitario de técnicas de alimentos. Se ha pensado en la posibilidad de que el videoclub se convierta en un canal de distribución de material de grupos independientes.

Un proyecto más, es abrir otros videoclubes en las Escuelas Nacionales de Estudios Profesionales y en algunos Centros de Extensión Universitaria, tales como la Casa del Lago y el Palacio de Minería. Sin embargo, la escasez de recursos impide elevar la cantidad de copiados, la creación de nuevos videoclubs, la distribución de otros materiales, el acortamiento del tiempo de reposición de material dañado y la adquisición de equipo suficiente para la reproducción.

A pesar de estos inconvenientes, el videoclub de la UNAM ofrece a los universitarios cine de calidad. Nosferatu el vampiro, La perla, Sonata de Otoño, Tiempos modernos, y más de cien títulos, son apenas una muestra. (67)

2.2.2. SERVICIO DE VIDEOTECA EN LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

"...optimizar las distintas facetas del quehacer académico, poniendo a disposición del usuario una colección con el tipo de documentos fílmicos que deseen tener como apoyo didáctico, en un formato que contiene la expresión documental como es la imagen en movimiento..." (68)

Este es el objetivo principal del servicio de videocasettes que ofrece desde 1984 el área de Información Audiovisual de la Universidad Iberoamericana.

Al igual que en la videoteca de la Biblioteca Nacional, aquí este soporte audiovisual es utilizado como apoyo a la docencia, la investigación y difusión universitarias.

La colección está compuesta por 510 videocassettes. De los cuales el 80% son documentales, series históricas, de arte y científicas; y el 20% restante lo constituyen películas.

La selección de contenidos es con base en las disciplinas que se desarrollan en la UIA.

En 1983, lo que se conocía como Televisión de la República Mexicana (TRM), donó a la Universidad Iberoamericana una serie de videocassettes referidos a economía. La licenciada Cristina Sánchez, coordinadora del área explica:

"Cuando recibimos esa donación no sabíamos qué hacer con ella. Nos preguntábamos quién iba a pedir un video, y de economía. Entonces, ahí los dejamos, sin tocarlos. Pero un día se le ocurrió a alguien que podríamos prestarlos, entonces adquirimos una videocasetera y un monitor". (69)

De ese año a la fecha el acervo se ha incrementado, al igual que la demanda. Al mes se prestan de 350 a 400 videocassettes.

El 60% del material se ha obtenido por donación, un 15% a través de "producción directa de la televisión" y el 25% restante por compra.

Las donaciones han estado a cargo de Televisión de la Re

pública Mexicana, de Televisa y de algunos particulares.

"Gran parte de la colección de video por donación es de Televisa. Televisa es una institución que siempre ha estado muy de la mano con nosotros, siempre nos ha apoyado muchísimo..." (70)

Entre los materiales regalados por dicha empresa se encuentran Senda de Gloria, Biografías del poder, México en la obra de Octavio Paz y Sesenta minutos. De TRM se tienen diversos contenidos: economía, salud, planificación familiar y albañilería, entre otros.

El rubro de adquisición de materiales que mayor presupuesto requiere es el de compra. La escasa demanda de estudiantes y profesores, no lo hacía necesario. Entonces se trataba de conseguir a través de préstamo o donación. Pero dado el interés que ha generado este medio, se ha tenido que recurrir a la compra. Así se han obtenido los de la Enciclopedia Británica y de McGraw Hill.

El 25% del material es grabado directamente de la televisión y algún otro fue bajado de la señal de satélite. Cosmos, series de la British Broadcasting Corporation (BBC de Londres), Nova, producciones de la Nippon Television Network, son algunos de los videos obtenidos por estos medios.

Actualmente la UIA cuenta con los implementos técnicos para bajar la señal de satélite, sin embargo, todavía no está conectada.

Todo el acervo tiene una copia, de esta manera la matriz se conserva en el formato 3/4 de pulgada, el 80% de las copias en formato Beta y el 20% en VHS.

Las películas también son prestadas a maestros y alumnos. A partir de los últimos meses de 1990, la demanda del servicio de videoteca se ha incrementado. La instalación del Cine club ha favorecido el acercamiento de los usuarios de este medio a la biblioteca. Se organizan ciclos para dar a conocer el material de un director o un país.

"Nuestro material tiene un fin: ponerlo a disposición de los usuarios, maestros y alumnos para que los usen como apoyo didáctico, en ningún momento se hace con fines de lucro. Por eso no pagamos derechos porque nuestro objetivo no es el lucro". (71)

En la misma sala existe un cubículo en el cual los usuarios pueden revisar el material. También está el salón llamado de Instrucción a Usuarios para exhibir videos en grupos de más de cinco personas.

Para brindar el servicio de videoteca y realizar el copiado de material, el área de Información Audiovisual tiene tres monitores y seis videograbadoras.

Además de los videocassettes, en ese mismo lugar se puede solicitar el préstamo de diapositivas y de fonocassettes. De las primeras existen 125,000 y de los segundos, 850.

Esta es sólo una muestra de las aplicaciones diversas --

que ha tenido esta tecnología en dos instituciones educativas. Aún quedan muchas oportunidades de probar la versatilidad del video, de aprovecharlo para el desarrollo de la ciencia, las artes y las humanidades, entre otros.

2.2.3. LAS VIDEOTECAS PUBLICAS

Actualmente hay 34 bibliotecas públicas en todo el país que tienen servicio de videoteca. Diecinueve en el Distrito Federal y quince en algunos estados, tales como Jalisco, Zaca~~tecas~~ y Coahuila.

Con el fin de difundir los bienes culturales de México, y para fomentar en la población la lectura del acervo disponible en las bibliotecas públicas, se ha implementado ese servicio.

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, a través de la Dirección General de Bibliotecas puso en marcha el programa de Videotecas Públicas en febrero de 1989.

"Con el propósito de aprovechar las posibilidades y ventajas que ofrecen los medios modernos de comunicación, como complemento de la información escrita del acervo bibliográfico". (72)

Este sistema funciona a través de exhibiciones en grupo y de préstamo a domicilio —por medio de una credencial los usuarios llevan a sus casas los videocassettes.

De esta forma se puede tener acceso a cuatro colecciones: Series Culturales, Series para Niños, Clásicos del Cine y Lo mejor del cine en video. (*)

El Lic. Arturo Domínguez de la Dirección General de Bibliotecas, dijo que cada una de las bibliotecas tiene 310 videocassettes. Este paquete tuvo un costo de ciento cincuenta millones de pesos con los cuales se cubrieron derechos de explotación de películas, pagos por derecho de autor, copiado de materiales, catalogación, conservación, compra de equipo para la reproducción y capacitación del personal encargado, así como pago por subtítulo.

La erogación económica para la instalación del servicio correspondió, en caso de la ciudad de México, a las diferentes delegaciones políticas, y en los estados, a los gobiernos correspondientes. En este caso, ellos solicitan el servicio.

Las colecciones Series Culturales y Series para Niños fueron realizadas por la Unidad de Televisión Educativa (UTECE) de la Secretaría de Educación Pública. Estos programas educativos fueron hechos para televisión, pero se han transferido a formatos de media pulgada.

En las series culturales se encuentran Los barrios, Caxtla, Con la música por dentro, Diego Rivera: vida y obra, Grandes maestros del arte popular, Historia de la pintura de México, Los libros tienen la palabra, Los nuestros, Los que -

(*) Datos actualizados hasta abril de 1991.

hicieron nuestro cine, Madera de actor, México plural, Momentos de la creación, Museos y monumentos, Nuestros jóvenes, -- Siglo XX: la vida en México y Templo Mayor.

La colección llamada Serie para Niños está compuesta -- por Los cuentos del espejo, Descubre tu mundo, Descúbrelo, -- Experimentación, Pre-escolar: juguemos a conocer el mundo y -- Sale y vale.

El Lic. Arturo Domínguez opina que "la demanda por este -- servicio existe y existirá. En el ámbito comercial son muy -- pocas las opciones". (73)

Por el tipo de materiales y por tratarse de un servicio gratuito las videotecas públicas son otra alternativa con res -- pecto a los demás videoclubes.

Además, es un programa que ha tenido muy buena acepta- -- ción. Durante un semestre de 1990, a diez bibliotecas acudie -- ron 67,841 usuarios para ver el material en las instalaciones de las mismas. Mientras que para préstamo a domicilio se hi -- cieron 11,700 solicitudes, es decir, 1,100 por biblioteca en seis meses.

El acervo de películas está constituido por algunos títu -- los comerciales y aquellos "que por su calidad han pasado a -- ser aportes fundamentales de la producción fílmica mundial". (74)

Clásicos del cine y Lo mejor del cine en video son -- las colecciones referentes al séptimo arte y que se encuen --

tran en las videotecas públicas. La primera consta de 24 películas, entre ellas: Alejandro Nevsky, dirigida por Eisens tein; Andrei Rublev, de Tarkovski; una colección completa - de Charles Chaplin; Metrópolis, de Fritz Lang; El idiota, con dirección de Akira Kurosawa; Nosferatu, de Murnau; - - Reed, México insurgente de Paul Ieduc, entre otros.

Lo mejor del cine en video está formado por películas que promuevan la lectura de los géneros literarios y que han tenido éxito comercial.

El acorazado Potiomkin, Alsino y el Cóndor, Ama- - deus, Cadena perpetua, El cotton club: centro de la ma- - fia, Flash Gordon, Frida: Naturaleza viva, King-kong, entre otras, aproximadamente cien títulos diferentes constitu yen esta colección. Cabe señalar que sólo se cuenta con diez títulos mexicanos.

"El programa de videotecas públicas de Mé xico es pionero en América Latina. Es el punto de lanza para una nueva concepción, un redescubrimiento de la biblioteca".(75)

Las bibliotecas públicas no están subutilizadas, —anual mente hay sesenta millones de consultas. Se pretende que el usuario —niños, adolescentes y adultos— descubra la oferta - de lectura a través del video. Cuando la gente acude a la bi blioteca a solicitar el servicio de videoteca, se le presenta la oportunidad de conocer el acervo bibliográfico, que es mayor que el de video. Este último sólo constituye el 10% del - primero.

Como se puede observar, las posibilidades que brinda el servicio de videotecas públicas son muy amplias. No debe soslayarse el desarrollo explosivo de la videocassettera, del videocassette y del cine transferido a video. Este proyecto pone a disposición del público en general y sin costo alguno, - los productos comerciales de calidad que pueden favorecer el hábito de la lectura y una formación más sólida.

Las videotecas públicas ponen a disposición del usuario materiales educativos, pero sin dejar de lado el entrenamiento —esto en el caso de los programas de UTEC.

Asimismo, el poder ver las películas de calidad, crea en el espectador una actitud crítica y más exigente frente a lo que se ofrece en video. Además, acerca a situaciones y concepciones diferentes que pueden enriquecer la forma de pensar y de actuar. Por otro lado, el video aproxima al espectador a los libros y a mediano plazo fomenta el hábito de la lectura. Queda pues abierta la oferta a todas las edades.

2.2.4. LA VIDEOTECA DE LA BIBLIOTECA BENJAMIN FRANKLIN

La Biblioteca Benjamín Franklin que depende del gobierno de los Estados Unidos, también ofrece el servicio del videoteca.

"El videocassette representa un medio único para complementar en forma eficaz la enseñanza dada en las aulas".(76)

Como se puede observar, el uso del video como apoyo didáctico se está generalizando. Ya se está volviendo elemento necesario de toda biblioteca.

El principal objetivo del servicio de videoteca en esta institución es el de acercar a "los profesores y profesionistas" al conocimiento, cultura, pensamiento y logros de Estados Unidos. Asimismo, se pretende apoyar la enseñanza del idioma y de las materias relacionadas con el país a través de las videgrabaciones.

Existen aproximadamente 375 videocassettes. La mayoría de ellos están en formato Beta (media pulgada, estándar NTSC), "pues es el de mayor uso en México". (77)

Es a partir de 1985, ante el uso más generalizado del video, cuando se introduce el servicio de videoteca. Antes se contaba con materiales filmados en 16 mm, pero se hacía mal uso de ellas y eran más costosas.

La videoteca también tiene cintas en formato 3/4 U-Matic y VHS. Los contenidos son elegidos por la dirección de la biblioteca, de acuerdo con las necesidades planteadas por los usuarios. Para esto se consulta el catálogo del Departamento de Estado de los Estados Unidos, el cual envía únicamente un máster u original sin copia. De esta manera se tratan de proteger los derechos de autor.

La colección está formada por diferentes materias: negocios y dirección de empresas; computación y bibliotecología; economía; educación; enseñanza del inglés; películas —62—; artes plásticas; relaciones internacionales; gobierno y derecho; periodismo y literatura; ciencia política; ciencia, salud, medio ambiente y tecnología; ciencias sociales, deporte y recreación; historia y civilización de Estados Unidos; geografía y recorridos por dicho país.

Todos los videocassettes están protegidos por la ley de derechos de autor de Estados Unidos. El servicio de préstamo sólo se hace a instituciones por cinco días y sin costo alguno, con la advertencia de que debe ser usado sólo con propósitos educativos y culturales.

NOTAS

1. Gómez Mont, Carmen. "Lo grande y lo pequeño del video en México", en revista Corto Circuito No. 4, París, Francia, julio de 1988, p. 14.
2. González, Jorge A. "Video-tecnología y modernidad", en - Revista Mexicana de Comunicación No. 9, México, enero-febrero de 1990, p. 13.
3. Calixto Albarrán, Jairo. "El videoconsumidor", en revista Videomonitor No. 1, México, enero de 1990, p. 10.
4. Gómez Mont, Carmen. "Nueva tecnología de video". Ponencia presentada durante la Primera Bienal de Video en México, el 6 de septiembre de 1990.
5. Entrevista al Lic. Alejandro Ruiz C., Director de la revista Videomonitor, realizada por los autores en abril de 1991.
6. "Femesac vs. piratas", en El Nacional, 4 de octubre de - - 1991.
7. Vega, Patricia. "Un monopolio controlado por Televisa", en La Jornada, 1º de octubre de 1985.
8. González, Jorge A., op.cit., p. 13.
9. Vega, Patricia, op.cit.,
10. Boyd A., Douglas, et. al. Videocassette Recorders in the Third World, Longman, 1989, p. 204.

11. Diario Oficial de la Federación, 13 de mayo de 1985.
12. Ibidem.
13. Ibidem.
14. Vega, Patricia. "México, primer país que dicta una regulación sobre videocassettes", en La Jornada, 23 de mayo de 1985..
15. Ibidem.
16. González, Jorge A., op.cit., p. 16.
17. Gutiérrez Espíndola, José Luis. "Comunicación social en 1991: una retrospectiva crítica", en Revista Mexicana de Comunicación No. 21, México, D.F., enero-febrero 1992, - p. 21.
18. Vega, Patricia. "Un monopolio controlado...", op.cit.
19. Calixto Albarrán, Jairo, op.cit., p. 10.
20. Ruiz C., Alejandro. "Reloj no marques las horas", en revista Videomonitor, No. 6, México, 1987, p. 34.
21. Ibidem, p.34.
22. Ortega Ramírez, Carmen Patricia. Las redes de Televisa, Claves Latinoamericanas, 1988, p. 156.
23. C. Alejandro. "Un local chico, es un negocio chico: Lic. Justino Compeán", en revista Videomonitor, No. 1, México, 1990, p.24.

24. "Central Video", en revista Videomonitor, No. 1, México, 1990, p. 10.
25. Ecos del Video, (Boletín que edita el Grupo Videovisa), No. 10, México, marzo de 1991, p. 3.
26. Espíndola Gutiérrez, José Luis, op.cit., p. 21.
27. Giaccardi, José Ernesto, Director de Ventas de Videovisa, "La producción y distribución del video". Ponencia presentada durante la Primera Bienal de Video en México, el 6 de septiembre de 1990.
28. Entrevista a Ma. Victoria Llamas, fundadora del grupo Ma. Victoria Llamas y Asociados, realizada por los autores - en julio de 1991.
29. Ecos del Video, No. 7, México, diciembre de 1990, p. 8.
30. Ortega Ramírez, Carmen P., op.cit., p. 158.
31. Revista Videomonitor No. 1, México, 1989, p. 16.
32. Ecos del Video No. 11, México, abril de 1991, p. 8.
33. Ibidem, p.9.
34. Ecos del Video No. 8, México, enero de 1991, p. 9.
35. Ecos del Video No. 10, México, p. 6.
36. Ibidem, No. 8, p. 4.
37. Carpeta publicitaria de Videomax, s/p, México, 1989.

38. Entrevista al señor Fernando Cañibe, Gerente de Videomax, sucursal ciudad de México, realizada por los autores, entre abril y mayo de 1991.
39. Ibidem.
40. González, Jorge A., op.cit., p. 16.
41. Ibidem, p. 17.
42. Ecos del Video No. 7, op.cit., p. 8.
43. Ibidem, p.2.
44. Entrevista al señor Fernando Cañibe, antes citada.
45. Ibidem.
46. Ibidem.
47. Ecos del Video No. 4, México, agosto-septiembre de 1990.
48. Entrevista a Guadalupe Sosa, Gerente General de Macondo Cine Video, realizada por los autores en marzo de 1991.
49. Ibidem.
50. Ibidem.
51. Entrevista a Cristina Chávez, encargada de los videoclubes Zafra Video, realizada por los autores en marzo de 1991.
52. Ibidem.

53. Entrevista a Guadalupe Sosa, antes citada.
54. Entrevista a Cristina Chávez, antes citada.
55. Ibidem.
56. Entrevista al Biólogo Iván Trujillo, Director de Actividades Cinematográficas de la UNAM, realizada por los autores en julio de 1991.
57. Entrevista al cineasta Carlos González Morantes, realizada por los autores en julio de 1991.
58. Acosta, Magdalena y Dávalos, Federico. Televisión Universitaria (La UNAM y la T.V. 1950-1984), Cuadernos de Comunicación No.3, 1986, Tomo I, UNAM, p. 48.
59. Ibidem, p. 74.
60. Ibidem, p. 77.
61. Gaceta UNAM, número 15, México, D.F., 22 de enero de 1982.
62. Acosta, Magdalena y Dávalos, Federico, op.cit., p. 85.
63. Entrevista al Lic. Enrique Sevilla, Coordinador de la Videoteca de la Biblioteca Nacional, realizada por los autores en mayo de 1991.
64. Ibidem.
65. Entrevista con el señor José Ramón Noval Vidal, encargado de distribución de la Dirección General de Actividades Cinematográficas de la UNAM, realizada por los autores en mayo de 1991.
66. Entrevista a Iván Trujillo, antes citada.

67. Catálogo del videoclub de la UNAM.
68. Documento interno del área de Información Audiovisual de la Universidad Iberoamericana, p. 1.
69. Entrevista al Lic. Cristina Sánchez de la Vara, Coordinadora del área de Información Audiovisual de la UIA, realizada por los autores en mayo de 1991.
70. Ibidem.
71. Ibidem.
72. Servicio de Videoteca, Repertorio, p. 7.
73. Entrevista al Lic. Arturo Domínguez de la Dirección General de Bibliotecas, realizada en mayo de 1991.
74. Servicio de Videoteca, Repertorio, p. 7.
75. Entrevista al Lic. Arturo Domínguez, antes citada.
76. Catálogo de la videoteca de la Biblioteca Benjamín Franklin, s/p.
77. Ibidem.

CAPITULO III

EL VIDEO INDEPENDIENTE EN EL DISTRITO FEDERAL

3.1. ORIGEN DEL VIDEO

Existe otra vertiente en la que el video se ha desarrollado, sin tener hasta la fecha un nombre distintivo. Algunos lo han denominado: "Independiente", "Alternativo", otros "Popular, "Marginal" o "El otro frente".

En esta investigación se eligió el término "Independiente", porque los realizadores entrevistados así definieron su labor. Ellos invierten parte de su dinero, ganado en trabajos comerciales o en dependencias públicas y privadas, en videos que responden a necesidades de comunicación.

El video independiente, se graba en Video Ocho, Beta, -- VHS o Tres cuartos —sin ser una transferencia del cine a videocassette—, se exhiben en hogares, videosalas, museos, salas cinematográficas, parques o en la calle. Pero sobre todo, el que por su contenido no deja tentación publicitaria.

Dentro del video independiente también pueden considerarse a las empresas particulares que hacen comerciales, propaganda, videopelículas y el de personas que emplean su infraestructura en la grabación de eventos sociales: bodas, quince -

años, bautizos, etc. Dichas producciones son consideradas -- por la realizadora María Victoria Llamas, como video indepen-- diente.

Por su parte, Andrea Di Castro, videoasta experimental, establece:

"El producir en forma independiente se re-- fleja en el material de video por el he-- cho de que tanto la temática, la forma, -- el lenguaje, las historias, el tratamien-- to sean muy libres. Al no tener un clien-- te definido no existe ningún tipo de cen-- sura y hacer un video se convierte en un trabajo libre, en un proceso mucho más -- creativo en donde es uno mismo como reali-- zador, muchas veces desligado inclusive -- del público".(1)

Este trabajo describe el trabajo que se apega a la últi-- ma definición.

El origen del video independiente se puede ubicar al fi-- nalizar la década de los setentas. La masificación de equi-- pos compactos de video y sus bajos costos, con respecto al ci-- ne y la televisión, así lo permitieron. Andrea Di Castro - - afirma:

"Al salir los primeros equipos portátiles de video, empezaron a aparecer los prime-- ros videoastas quienes, atrevidamente, in-- virtiendo en estos equipos y materiales, produjeron sus primeros trabajos que mues-- tran muy buenos ánimos y disposición a en-- frentarse a una nueva manera de decir las cosas, con estos trabajos se evidencia que el video requería de su propio lenguaje".
(2)

En este periodo se pueden ubicar a los videocastas pioneros, sin que hasta la fecha haya un acuerdo en torno a la paternidad del video independiente mexicano.

La investigadora Elena García Jasso menciona al grupo Videoservicios como uno de los primeros establecidos en México —a mediados de los setentas.⁽³⁾

Por su parte en 1978 Andrea Di Castro participó en el evento Intervalo Ritual, realizado en la Casa del Lago de la UNAM.

A principios de la década de los ochenta ya cuenta con video-realizaciones de Kiko Herrero, Enrique Strauss o Carlos Colín. Servando Gajá, cineasta concursante de la primera Bienal de Video, dice que hay realizadores que comenzaron a hacer video y después acabaron en Televisa o produciendo comerciales. "Yo creo que serían unos de los papás del video, -- aparte de que hoy son unos desconocidos".⁽⁴⁾

El origen del video independiente es el cine independiente. Es su origen. Así lo ejemplifican las experiencias de los cineastas que se acercaron a la tecnología video ante la imposibilidad económica de seguir con sus realizaciones en 16 mm o en super ocho.

El paso del cine al video independiente permitió que más personas se expresaran por medio de la imagen en movimiento. Por sus características, el video se convirtió en la herra-

mienta indispensable para quienes tenían y tienen algo que decir, sea a través de la ficción, el testimonio o la experimentación.

En México, esta necesidad de comunicar los hechos que --son minimizados o no se transmiten por la televisión --estatal y privada-- fueron y son objeto de algunas realizaciones en video. En este sentido, el video representa una alternativa de comunicación.

Los terremotos de 1985, el movimiento estudiantil de la UNAM durante 1986 y 1987, así como el proceso electoral de --1988, por vez primera, dieron vista y voz a la sociedad civil, a través del video.

Estos tres acontecimientos movieron la estructura social, la gente se reconoció y organizó en la desgracia, en el apoyo a estudiantes y ante el acuerdo silencioso para votar por lo que no fuera el partido gobernante.

La tecnología video permitió a los interesados grabar su realidad, el sentir de la comunidad sin la interpretación televisiva. La muestra: Sonia González "México, 19 de septiembre", y Carlos Mendoza con: "UNAM: La fuerza de la razón" y -"Crónica de un fraude".

Iván R. Mendizábal, autor boliviano, escribe:

"Parafraseando a Luis Fernando Santoro, - el video no tiene origen simplemente en - el surgimiento de una nueva tecnología si

no en las posibilidades ofrecidas por la coyuntura política".(5)

Al finalizar la década de los ochentas comienza el trabajo de nuevos videoastas. Personas que no hicieron cine independiente pero en cambio crecieron con los programas de televisión.

No se trata de los forjadores del video independiente mexicano, sino de quienes vienen a continuar, a ganar un espacio, a proponer...

Alberto Roblest, integrante del grupo Video 2, precisa:

"A partir de 1987, en nuestro país se empezó a gestar un movimiento entre los jóvenes, consistente en hacer video para expresar distintos sentimientos por medio de imágenes y sonidos..."(6)

Parte de los videoastas que surgieron de cuatro años a la fecha se formaron en la práctica y sin una carrera profesional relacionada con video o comunicación.

Varias son las coincidencias y también los desacuerdos entre los grupos considerados en esta investigación. De su inicio, tipo de producciones, lenguaje, objetivos, especialización, financiamiento, difusión, problemas, logros, evolución y perspectivas, se tratará en lo que resta del capítulo.

3.2. MODALIDADES DEL VIDEO EN EL DISTRITO FEDERAL. LA EXPERIENCIA DE ALGUNOS GRUPOS

El video independiente en el Distrito Federal se desarrolla en una amplia gama de posibilidades. Es tan rico como rica es la realidad. Los recursos, estilos y objetivos son tan variados como sus productos. Sin embargo, en todos subyace la intención de expresar y de dar a conocer.

Retoma temáticas y tratamientos ignorados por los medios audiovisuales de comunicación masiva.

Está inmerso en un movimiento nuevo, cambiante, de búsqueda. Trata de ampliar sus posibilidades y de enriquecer su lenguaje. Se mueve en un espacio de libertad —hasta lúdico—, pero también de limitaciones.

Las temáticas van desde la ecología, política, problemas sociales, de grupos indígenas, urbanos, rurales, movilizaciones, hasta manifestaciones artísticas, juegos con la imagen, el audio y los efectos especiales.

Tal vez sea muy atrevido intentar establecer categorías del video independiente. Incluso, implicaría limitarlo y por tanto no reconocer su carácter libre y variado. No obstante, para los fines de esta investigación es necesario aproximarse a las modalidades más comunes. De ahí que se hayan establecido cuatro divisiones: el video documental, el video político, el video ficción y el videoarte.

Son en estas cuatro áreas donde se ha desarrollado la mayoría de la producción en el Distrito Federal.

Andrea Di Castro, productor independiente, considera:

"...la producción de video en México se desarrolla básicamente en tres géneros: - documental, ficción y experimental [término que utiliza también para llamar al videoarte]. Cada uno a su vez con otras -- subdivisiones y diferentes matices..." (7)

Por su parte, Pablo Gaytán asesor del área de video del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes encargado de la Sala de la Nueva Creación, dice que la mayoría del material -- 80% -- presentado en la videosalas es documental-testimonial, el 10% videoarte, el 5% ficción y el restante 5% didáctico y científico. (8)

Sonia González, videoasta opina:

"Yo creo que la mayoría del trabajo en video ha estado volcado al documental. - Somos los supercheros del documental, - después nos fuimos al 16 y luego al no poder en 16...pero tradicionalmente documentalistas..." (9)

Si bien es cierto que ninguna división se acercaría a la riqueza de producción del medio, estas variantes sí responden a su desarrollo. A diferencia de Andre Di Castro, aquí se mencionan, el político y el videoarte. Se hace una separación entre político y documental por la importancia alcanzada de este género, en el Distrito Federal, gracias a la producción del Canal 6 de Julio. En cuanto a la libertad de

realización, a número de producciones, forma de distribución y recuperación económica, ha logrado el nivel deseado por muchos videoastas independientes.

En esta investigación se ha preferido usar el término de videoarte y no el de video experimental, porque es más preciso en cuanto a la producción que se ha hecho. Hace alusión directa y clara a la búsqueda de un lenguaje estético y plástico y a un medio de creación con posibilidades infinitas.

Mientras el término experimental puede ser aplicado al videoarte, al documental, al político y al de ficción. La mayoría de los productores en su ejercicio cotidiano experimentan con lenguajes, encuadres, tomas, temáticas, equipos, técnicas, colores, movimientos y sonidos. La experimentación en el ámbito visual y auditivo es permanente.

La selección de los grupos e individuos se basó en el criterio de representatividad. Es decir, se intentó rescatar la experiencia de "los caballitos de batalla", como se llama Francis García a sí misma y a los demás "pioneros" del video y de las nuevas generaciones, que no por nuevas menos importantes.

El hecho de referir las experiencias de ambos grupos de videoastas, permitirá hacer un esbozo de la situación del video independiente en el Distrito Federal.

Por un lado están los realizadores con un nombre y pres-

tigo hechos. Ellos son: Pola Weiss, Francis García y su compañía Redes Cine-Video, Sonia González, Rafael Corkidi, Sarah Minter, Carlos Mendoza y el Canal 6 de Julio del cual es director, así como Andrea Di Castro. Todos han participado en muestras y concursos dentro y fuera del país y sus realizaciones han tenido un papel sobresaliente a nivel nacional e internacional.

Ma. Victoria Llamas a diferencia de los videoastas antes mencionados debe su formación a la televisión comercial. Dicha trayectoria ha marcado su ejercicio con el video.

Asimismo, están los grupos e individuos cuyo acercamiento al video ha sido más reciente, no obstante, la producción es constante y amplia. Son: Fuego Nuevo, Video Dos, Komunidad Audiovisual y Carlos Salom. Además, empieza a ser conocida por su exhibición en foros populares, museos, galerías y videosalas. Ellos representan a las nuevas generaciones cuyo empuje también enriquecerá el panorama del video en México. (*)

3.2.1. EL VIDEO DOCUMENTAL

Patricia Vega, periodista de La Jornada, afirma que el video está considerado como registro de acontecimientos, periodístico y testimonial. (10)

(*) En esta investigación se han dejado fuera a muchos, quizá cientos de videoastas independientes. Las limitaciones de tiempo y recursos han obligado a ello.

Dicha descripción hace referencia al video documental. - Ante la necesidad de acceder a información sin censura, veraz —que difícilmente será dada a la luz pública por las instancias informativas tanto públicas como privadas—, grupos e individuos se han dado a la tarea de capturar, de hacer un registro documental del otro lado de la moneda. Es decir, de contrainformar. Se realiza un trabajo de recopilación de imágenes, testimonios, puntos de vista, sonidos, gritos y voces que en el otro ámbito no son vistos ni escuchados.

Andrea Di Castro opina que la definición de documental —tomada del cine, es la más cercana a lo que es ese género en video: "Tratamiento creativo de la actualidad, de la historia cotidiana, información al servicio del público, muestra cómo vive la gente, qué es lo que quiere y cómo trata de obtenerlo". (11)

Por medio de entrevistas, testimonios, levantamiento de imágenes periodísticas, etc., se registran hechos sociales y políticos, la vida cotidiana de diversos individuos, grupos y comunidades. Eso le ha permitido al género documental en video una amplia aceptación. Asimismo, tampoco pueden ser eludidas sus características didácticas y de posible motivación al cambio.

Las peculiaridades del medio han favorecido una producción muy rica en este género. Las comunidades indígenas, por

más alejadas que estén, los hechos que ocurren de improviso, los testimonios nunca antes escuchados, las caras y problemáticas desconocidas, los puntos de vista diferentes ahora son videograbados.

Precisamente el poder conocer estas realidades a través de un lenguaje auditivo y visual fresco, directo y concreto, incrementa el interés y la atención del espectador. Por lo tanto, responde a la necesidad de información veraz.

En esa intensa búsqueda todavía queda mucho por descubrir, por decir, por ver...

3.2.1.1. FRANCIS GARCIA Y REDES CINE VIDEO

Redes Cine Video y su directora Francis García son una de las experiencias con más producción en esta modalidad.

Origen

Francis García se ha desarrollado como realizadora, y en mayor medida ha brindado apoyo a muchos grupos de video independiente. Intervino en la producción de prácticamente todos los primeros videos independientes mexicanos. Ha sacado a flote proyectos que de otra manera hubieran quedado truncos.

Formada en el área de la administración, se dio cuenta que para llevar a cabo un proyecto "los dineros hay que saber

los manejar". Su experiencia dentro del video tuvo como antecedente el teatro popular y el cine independiente.

Ante la necesidad urgente de comunicar, en 1979 recurrió al cine de 16 mm, soporte en el cual filmó su primera película, La Madre. A partir de esa experiencia se interesó por alcanzar un mayor dominio sobre los elementos de la producción e inició un proceso de formación autodidacta. Posteriormente hizo un medio metraje llamado Pueblo de Boquilla.

Después de ambos trabajos se percató de la imposibilidad de realizar a nivel independiente, producciones tan costosas como las del cine. La inquietud de la comunicación independiente, de la comunicación alternativa la llevaron al medio que hasta ahora le ha permitido decir las cosas que debe decir: el video.

En 1980-81 adquirió una cámara de video Toshiba, de los primeros modelos. "Entonces dije: creo que la única posibilidad de seguir haciendo este tipo de comunicación es a través del video". (12)

Objetivos

Francis García se dio a la tarea de crear una infraestructura organizativa y tecnológica que le permitiera mantener la independencia en la comunicación, sin cortapisas. Fue entonces —1982— cuando surgió Redes Cine-Video. Desde sus

inicios estaba concebida como una instancia de apoyo, de co-producción, pero también de recuperación económica. Redes Cine-Video está concebido para la producción —de contenidos veraces—, la difusión y la comercialización.

A él se acercan grupos o personas con un proyecto, pero sin la infraestructura para realizarlo o posproducirlo. "... hay un compromiso serio al vincularse con nosotros. Hay un compromiso profesional de terminar, de entregarse al trabajo, de tener continuidad". (13)

Producción

Para julio de 1991, durante nueve años de vida, Redes tenía 28 producciones. En promedio, tres proyectos independientes por año. La mayoría de ellos están grabados en Beta, VHS, Super VHS y V-8. Recurren al equipo de Francis García - maestros, ecologistas, jóvenes punks y colectivos para la posproducción, se hace en formato 3/4.

En sus inicios, el Canal 6 de Julio obtuvo la ayuda de esta compañía. Gracias al apoyo en infraestructura y organización pudo consolidarse como grupo independiente. Con ellos coprodujeron Tiempo de la Esperanza y Crónica de un Fraude. Francis García dice al respecto: "Este para mí es un -- trabajo de periodismo, de video documental, video periodismo". (14)

Otra de sus realizaciones son No al monstruo de la Laguna Verde, Pura basura pura, de corte ecológico. En otra modalidad tienen Huelga Strack, una ficción sobre la huelga de hambre de Bobby Sands. Asimismo, Relatos el cual se refiere a una parte del libro Jueves de Corpus de Heberto Castillo. Dentro del arte está Arte Popular, Teresa Pomar y uno sobre Francisco Toledo.

En cuanto a su apoyo al video independiente popular, está la experiencia con un grupo de jóvenes punks. Ellos mismos decidieron captar su realidad, para evitar fuera presentada por alguien ajeno. Alquilieron una cámara de video y grabaron muchas horas. Fueron a Redes y Francis García trabajó con ellas sobre un guión de imagen. Sus principales inquietudes giraban en torno a la violación, la represión, el machismo, la virginidad, la ecología...

La directora de Redes dice:

"...hay una frescura muy grande. No hay esa distancia entre el profesional de comunicación, el director, el camarógrafo y todo ese aparataje..." (15)

Otra experiencia en ese mismo sentido, es la del videofilm^(*) No se puede pasar, sobre la experiencia de una co-

(*) Francis García dice que para ella el término de videofilm es más claro que el de video porque tiene mucha técnica de cine en cuanto al montaje de las escenas, aunque no se haga con material de cine, "Hay que manejar actores, hacer guión, tomar los tiempos, toda la organización como para una filmación, se hace para una videograba-ción". (16)

munidad campesina. La investigación, guión y grabación en Hi-8 estuvieron a cargo del colectivo Acuitlapi de Jalapa, Veracruz. Sin embargo, el grupo se disolvió. Dos de sus miembros presentaron a Francis García el guión y material para que los apoyara. Ella los ayudó como coproductora, revisó todo el material, planeó la posproducción y utilizó el equipo de Redes.

Dicho trabajo ya se estrenó en Jalapa y próximamente se presentará en el Distrito Federal.

Equipo

Para proporcionar los servicios y hacer sus realizaciones Redes Cine-Vídeo tiene equipo de 3/4, la 5850 y la 5800, el editor RM 440, generador de caracteres y de efectos.

Cuando se requieren productos de calidad broadcasting o "producciones totalmente Redes Cine-Vídeo o Francis, sí usamos la cámara OXM3A Sony de 3/4". Por ejemplo, No al monstruo de la Laguna Verde está hecho con este equipo. Se busca la calidad para que pueda ser transmitido por televisión. Arte popular, realización exclusiva Redes fue hecha en 3/4 porque se vieron posibilidades de comercialización y de participación en festivales.

3.2.1.2. SONIA GONZALEZ

También dentro del video documental se encuentra Sonia - González. "...yo soy documentalista y me interesa la información..." (17)

Origen

Del mismo modo que Francis García, ella se inició en el cine independiente, trabajó con Super 8 y después pasó al 16 mm. - El encarecimiento de los materiales la hicieron cambiar al video. En 1975 por primera vez accedió a un equipo de video --portátil y empezó a utilizarlo formalmente como su herramienta de trabajo. El video fue un elemento que se añadió a su lenguaje.

Al principio su trabajo con este soporte estuvo ligado a las instituciones. Como enviada especial a Centroamérica por Canal 11, cubrió la revolución sandinista —antes se había hecho con 16 mm—, sin embargo, la facilidad de transportación, manejo y procesamiento de equipo y materiales hicieron del video portátil el medio ideal para la información.

Durante esta etapa se dio cuenta de la solidaridad tan peculiar entre los trabajadores del video, cosa que no se da en el cine, ni en la televisión. "En el momento en que uno hace video ya no se hace la obra maestra de nadie, el menos - de los independientes..." (18)

En ese entonces al igual que ahora, tenía que hacer un ahorro o muchos trabajos adicionales para poder producir sus videos independientes.

Objetivos

"Mi interpretación del video es que es una herramienta - de la que tiene que hacer uso cada grupo y cada gremio". (19)

Como parte del colectivo Tiempo Nuevo, en un principio se dedicó a cubrir movilizaciones obreras, huelgas, etc. Pero era muy desgastante y al final de cuentas obtenían resultados muy parecidos porque todas las marchas eran iguales. En consecuencia, optaron por brindar capacitación a sindicatos, colectivos, grupos obreros, etc.

El mayor acceso a formatos pequeños, facilitó que dichos sectores se incorporaran a la difusión y comunicación a través del video. Se hacía uso de él para contar la realidad. Durante el Tribunal de los Pueblos llevados a cabo en Centroamérica, las evidencias se presentaron en video.

Sonia González platica:

"Por eso nosotros nos llamábamos video al ternativo, que más que alternativo yo - - creo que éramos alterativo de las condi- ciones de diálogo que se habían estableci- do. Y esto evidentemente nos trajo mu- - chas consecuencias; o éramos rojos y no - cabíamos en ningún lado, o éramos muy con- flictivos para cualquier instancia". (20)

La necesidad de contar, de dar a conocer, de "recoger la historia cotidiana de nuestros pueblos" la llevó a hacer del video su herramienta de trabajo.

Lenguaje

Sonia González considera que otra posibilidad del video es la evolución del lenguaje. El cine no permite la experimentación, por sus altos costos en cambio en el video encontró la oportunidad de jugar, crear y probar. "Pienso que es una forma de platicar, como se platica así de fresco".

En su opinión el video no es para prestigiarse con nadie. Tiene un fin determinado, ya sea la información, el testimonio, la experimentación, la educación, la capacitación...

Producción

Durante el sismo de 1985 y luego de trabajar con el video algún tiempo, se percató de su validez. Consciente de la vida corta del medio, observó que el peso de esta nueva experiencia colectiva está, entre otros, en el barrio donde la gente esperaba el video de la reconstrucción de su espacio de vida.

Así surgió México 19 de Septiembre, grabado y editado en formato Beta. Versa sobre la organización de los habitantes de la colonia Guerrero para el rescate de atrapados entre los

escombros, ayuda a damnificados, reconstrucción de casas y para exigir a las autoridades la solución de sus problemas de vivienda.

En él se evidencia la relación de confianza mutua establecida entre los sujetos de la grabación y la videoasta. -- Los testimonios, entrevistas, registro de asambleas, de actividades desarrolladas por los colonos, del apoyo moral y material a los vecinos más afectados, son naturales, no son simulados —como sucede a veces en los programas de televisión— y son captados en el momento y lugar en el que ocurren.

Tejedoras del Futuro es otra de sus realizaciones. -- Trata los problemas de las mujeres guatemaltecas. Del mismo modo recurre a la narración testimonial y captura a través de la cámara las situaciones y preocupaciones cotidianas de ese grupo.

Sonia González reflexiona:

"Yo creo que el video visto desde la perspectiva de la información, de la organización política es un arma insustituible, con la tremenda desgracia de que estos documentos se van a perder, y lo sabemos todos..." (21)

3.2.2. EL VIDEO POLITICO

En lo que se refiere a cuestiones políticas, sociales y económicas, la población se enfrenta a un vacío informativo.

Elena Poniatowska opina: "En México siempre se ha intentado sepultar todo, como si en el país nunca pasara nada. Tenemos una terrible tendencia al olvido". (22)

Por su parte, Sergio Aguayo, presidente de la Academia Mexicana de Derechos Humanos, A.C. (*) declaró:

"Podemos decir que en México sí se ha ampliado la posibilidad de expresar nuestros puntos de vista, lo que se ha limitado son los medios para, dentro de éstos, la televisión es la más cerrada". (23)

Al mismo tiempo se han cerrado algunos espacios que funcionaban como vías de expresión de la sociedad civil. Como ejemplo: en radio se obstaculizó e impidió, hasta fecha indefinida, que continuaran las emisiones del programa "Voz Pública" de Francisco Huerta.

Carlos Monsiváis escribió:

"...las inmensas trabas que el Sistema -- opone a la libertad de expresión de los movimientos sociales y políticos, del sindicalismo que es o quiere ser independiente, de la disidencia moral que ya osa decir su nombre y sus razones. Se han desconocido, o apenas se han registrado las batallas literalmente heroicas de grupos, movimientos y personas cuyos pronuncia-

(*) Esta declaración la hizo al referirse a la queja hecha ante la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) contra Imevisión por la interrupción de la emisión del viernes 16 de agosto de 1991, del programa Presencia Universitaria. En dicho programa los representantes de la Academia Mexicana de Derechos Humanos opinaban sobre las elecciones que se iban a llevar a cabo el 18 de agosto. Sin embargo, a los 4 minutos de iniciado, fue sacado del aire sin ninguna explicación.

mientos y puntos de vista son antagónicas a la cerrazón ideológica y a las prácticas pre-fascistas". (24)

Los criterios de selección, tratamiento y difusión de -- los hechos se han uniformado, los del centro —geográfico y -- del poder— rigen por igual. Se han dado a la tarea de tergiversar, ocultar y matizar aquellos hechos "no convenientes" para el dominio público.

Carlos Mendoza opina:

"Mientras los canales privados y oficiales nos muestran el mundo feliz de la solidaridad salinista, en la pantalla de la realidad, los atropellos policíacos, los fraudes electorales, o los obreros en la indefensión son pan de cada día. Esta relación esquizofrénica entre lo que sucede y lo que nos dejan ver, da lugar a la genuina exigencia social de información". (25)

La búsqueda de espacios de libertad de expresión y de -- ejercer el derecho a la información, han llevado al medio -- "anarquista, libertino y libertario" que es el video. (26)

3.2.2.1. CARLOS MENDOZA Y EL CANAL 6 DE JULIO

El video político, si bien al mismo tiempo documental, -- ha tenido en Carlos Mendoza y al Canal 6 de Julio del que forma parte, a un importante exponente.

Origen

Egresado del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), 1976-1982, su formación de cineasta la desarrolló en el género documental, informativo. Muestra de ello son las películas —cortos y medio metrajes— que realizó: - Chapopote (1980), Chahuistle (1981), Charrotitlán (1982), Los encontraremos (1983) y Jijos de la Crisis.

Como ha sucedido con otros cineastas, el encarecimiento de los materiales lo llevó a otro medio. Al ver las pocas opciones de distribución y recuperación que tenía el 16 mm —para él, el formato natural del documental— recurrió al video.

Objetivos

Las condiciones favorables ofrecidas por este medio le dieron la oportunidad de continuar con su trabajo. Bajos costos para la producción; infinidad de videocassetteras para su distribución; enormes posibilidades de producción y subsistencia; espacio plural y libertario; medio que hace disminuir la autocensura y alienta la comunicación entre la gente, fueron algunos elementos que lo convencieron definitivamente.

Incursionó en el video como espacio de lucha y de información. "...a final de cuentas las informaciones que la gente no conoce y que tiene la posibilidad de enfrentarlas a las informaciones que le llegan con mucha insistencia por los medios masivos". (27)

Producción

Con esta intención ha hecho aproximadamente 12 realizaciones. La primera en 1988, al registrar en video el movimiento del Consejo Estudiantil Universitario (CEU) durante la huelga de la UNAM en 1986-1987. Como resultado está UNAM, la fuerza de la razón. Fue coproducido con Redes Cine-Video.

En esta etapa, los intereses informativos de Carlos Mendoza y las necesidades propagandísticas del Partido de la Revolución Democrática (PRD) se conjuntaron. Carlos Mendoza notó la carencia de una memoria de los acontecimientos anteriores a las elecciones del 6 de julio de 1988. Cuauhtémoc Cárdenas decidió llamarlo para que registrara su campaña hacia la presidencia de la República.

De esta confluencia surgió El tiempo de la esperanza. Al apreciar los resultados de este primer trabajo político, se realizó, de manera independiente al PRD, Crónica de un fraude también en 1988. Este video de 61 minutos muestra los principales acontecimientos ocurridos durante las elecciones del 6 de julio.

Carlos Mendoza dice al respecto:

"...el momento de 'Crónica de un fraude' es muy especial, había una movilización muy intensa, y el video contiene una información que no ofrecía ningún otro medio, incluso que ocultaban deliberadamente, y la avidez del espectador por tener esta información era muy grande..." (28)

Se consolida un proyecto: Canal 6 de Julio

A raíz de estas experiencias, en enero de 1989 surgió el Canal 6 de Julio, cuyo registro como Asociación Civil ocurrió a principios de 1991.

Fernando Mejía Barquera dice:

"...un grupo de militantes y simpatizantes del Partido de la Revolución Democrática (PRD), quienes con el nombre de Canal 6 de Julio, han establecido un sistema de producción y distribución de video cassettes a través del cual buscan difundir las actividades y puntos de vista de su partido". (29)

Patricia Vega considera que no es un órgano partidista. Sus integrantes son simpatizantes y algunos militantes del -- PRD, pero sobre todo buscan registrar y difundir los movimientos sociales y políticos recientes del país.

Además, al percatarse de la posibilidad de informar sobre asuntos políticos, de la presencia de un movimiento que iba a continuar aún después de las elecciones y de la consolidación que podía adquirir el proyecto, se constituyó el Canal 6 de Julio.

Está formado por César Taboada, Fernando Montaña, Sergio Franco, Francis García, Adriana García, Miguel Salguero, Joaquín Palma y Pilar López. No obstante, durante las producciones trabajan casi 25 personas. A lo largo de tres años de vida han producido alrededor de quince videos.

Las realizaciones abarcan varios temas, todos dentro del ámbito político: una entrevista a Cuauhtémoc Cárdenas de 35 minutos; Historia de traiciones sobre la detención de Joaquín Hernández Galicia, "la Quina"; Michoacán: no a la democracia, testimonio del proceso electoral de julio de 1989; 2 de octubre. Deveras no se olvida, que incluye un documento hasta ese momento desconocido del inicio de la matanza de Tlatelolco en 1968; Que renuncie; Modernidad bárbara, que está integrado -- por material inédito sobre la violencia política en Michoacán y Guerrero durante 1989; Tejupilco y el juego limpio sobre -- las elecciones del 11 de noviembre de 1990 en el Estado de México; Contra corriente; Comunicado de julio 90, acerca del movimiento de los trabajadores de la cervecería Modelo, y Fraudedario, concebido como programa didáctico para la defensa del voto.

Durante las elecciones del 18 de agosto de 1991, trabajaron con seis o siete cámaras para cubrir campañas, cierres de campañas y votaciones.

Lenguaje

Como Francis García, la mayoría de los trabajos del Canal 6 de Julio son considerados videofilmes. La planeación, organización y producción es igual a la de una película, con la diferencia de que son grabados en video.

La realidad mostrada en los videos es contundente. (*) - A ello contribuyen sus elementos periodísticos que le dan valor de documento político y social. Se apoya en fotografías, imágenes en video de funcionarios, actos, discursos y documentos oficiales; en testimonios de la población, imágenes y sonidos de marchas y actos públicos, de agresiones, de actos de violencia, de intimidación y de violación a los derechos políticos y humanos.

En este sentido, los videos del Canal 6 de Julio son una alternativa frente a la información, al silencio y a la historia oficial.

El cineasta Sergio García dice de Carlos Mendoza:

"El está cumpliendo con una misión de transformación, contra el gran medio, contra el gran aparato y monopolio que es Televisa y su aliado menor Imevisión. Es una aportación valiente, cabal, consecuente, honesta de quien está arriesgando su vida en pro de un ideal..."(30)

3.2.3. EL VIDEO EDUCATIVO

A nivel independiente se ha desarrollado una modalidad del video que busca la educación, la capacitación y el rescate de las tradiciones.

(*) Si bien es cierto que la realidad puede ser manipulada por medio de la edición, musicalización y los efectos, los trabajos del Canal 6 de Julio, como ya se había mencionado, muestran otra visión a la de los medios masivos.

Tiene una tendencia didáctica, pero también documental. La exploración de los temas está basada en la investigación; en los testimonios casi siempre explicativos, más que narrativos; en el registro de las técnicas, costumbres, modos de vida, ambientes y prácticas.

Como en las otras categorías del video, se está en un -- proceso de experimentación para aprovechar las característi-- cas del medio. Todavía hay una inclinación muy marcada por - utilizar los mismos recursos de la televisión: reportaje, entrevista, locutor en off o a cuadro, sondeos, actuación de si tuaciones tomadas de la realidad, repetición de conceptos, pa sos y explicaciones, y el uso de material gráfico.

En este ámbito educativo, la mayoría de los trabajos son de carácter institucional. Universidades, instancias culturales, escuelas y dependencias gubernamentales cuentan con los recursos económicos, técnicos y humanos para hacerlos.

De manera independiente el trabajo se dificulta debido a que los recursos deben ser cubiertos totalmente por el grupo que haya decidido desarrollar este tipo de proyectos.

Las posibilidades de difusión son difíciles y llenas de obstáculos, lo que sucede en menor medida con las institucio-- nes.

Un intento en este sentido es el que llevan a cabo Ma. - Victoria Llamas y Asociados, sin embargo todavía no logran en contrar el o los estilos propios del video educativo.

3.2.3.1. MA. VICTORIA LLAMAS Y ASOCIADOS

Origen

Como miembros de la gerencia Proyección humana, producían las cápsulas Hombres y mujeres trabajando y mensajes para la comunidad. Los directivos de Televisa trataron de imponer cambios, cortes y editar el material incluido en dos programas titulados Informe Sida elaborados por dicho equipo.

Por tal motivo, Ma. Victoria Llamas —con 14 años de experiencia en televisión—, Henry Stone, Arturo Escajadillo y Laura Martínez Alarcón renunciaron al consorcio televisivo. Desde enero de 1988 fundaron una compañía independiente de video.

Objetivos

Su trabajo como realizadores de video está marcado por el desempeño profesional que tuvieron durante años en esa empresa. "No estamos inventando un guionista, sino que ya tenemos una mecánica de trabajo. Como grupo ya sabíamos quién hacía qué, a qué horas y cómo". (31)

Ma. Victoria Llamas considera que el video no ha sido explotado en todas sus posibilidades educativas y culturales. Y que la tendencia actual es hacer videos de albures, ficheras y de violencia. Para ofrecer un contrapeso a este panorama decidieron dedicarse a la realización de videos educativos.

El objetivo es: "...que sean opción y que refuercen lo poco - que aprenden, que valga la pena compartir, que hablen de nuestras raíces, de la vida nacional, que sean decorosas". (32)

Producción

Hasta julio de 1991 tenían seis videos: La muerte viva - ganador de un premio al mejor guión durante la Primera Bie--nal de Video-; Piñatas, posadas y pastorelas, con el fin de rescatar las tradiciones mexicanas; La mariposa monarca; Curso de primeros auxilios, es de una hora y está dividido en --bloques por casos; uno más sobre un pintor y escultor, Víctor Gutiérrez y su mundo; Cuento con la vida, basado en la expe--riencia artística de Ma. Eugenia Illamas "La Tusita".

Con la marca Educatel han realizado estos videos, los --únicos que han podido financiar de cien ideas que tienen re--gistradas.

Equipo

La calidad de imagen y audio de sus trabajos es profesio--nal. Para lograrlo cuentan con equipo de 3/4 SP --dos cáma--ras y equipo de edición, el cual maneja un código de control track y código de tiempo que permite ediciones exactas--; generador de caracteres y generador de efectos, también tienen cabina de locución y equipo de audio.

Ma. Victoria Llamas se queja de que en México no existe el interés por adquirir y apoyar la producción de video educativo.

"Pero alguna vez, a la mejor en otro país sí la vamos a hacer..." (33)

3.2.4. EL VIDEO FICCION

Varios grupos se han interesado en utilizar al video para recrear situaciones y personajes, para hacer ficción.

Los temas, tratamientos y formatos a que recurren estos nuevos creadores, son muestra de la búsqueda en este ámbito. Las relaciones personales y familiares, la muerte, la soledad que a veces agobia a los habitantes de la ciudad, la drogadicción, el alcoholismo, las leyendas, la visión que tienen las mujeres, niños, jóvenes y ancianos de su entorno y las problemáticas enfrentadas como grupo social, son algunas de las tantas variantes que toma el video ficción. (*)

A nivel independiente, el video ficción enfrenta algunas dificultades. Al requerir de actores, locaciones naturales —y en menor medida creadas exprofeso—, vestuarios, ilumina-

(*) Florence Toussaint escribe sobre los videos ficción que se presentaron en la Bienal de Video: "En general...carecían de un libretto sólido sobre el cual se construyeran las historias verosímiles, ágiles, capaces de atrapar al espectador y llevarlo hasta el final. - La producción tampoco se destacó y curiosamente algunos de los mejores videos hicieron gala de economía de recursos". (34)

ción adecuada —con más de una lámpara—, equipo de sonido -- que capte los audios en diferentes planos y ambientes, ensayos, y un tiempo relativamente largo de grabación, se vuelve caro y por tanto difícil para los productores independientes.

Las fronteras entre una categoría y otra del video son muy frágiles, a veces parecen invisibles. Además, no se puede decir que esas divisiones sean puras. El video documental tiene mucho de político y viceversa. Y aunque parezca paradójico el video ficción tiene —en algunos casos— mucho de documental y de político.

Cuando la ficción está basada en un hecho real —su historia y sus personajes son retomados de la vida cotidiana— y sus actores son los mismos protagonistas de la realidad, es decir, cuando los que actúan son obreros, campesinos o trabajadores, la diferencia entre una categoría y otra del video se rompe. (*)

3.2.4.1. GRUPO FUEGO NUEVO

Con el fin de conocer parte del amplio espectro del video que se realiza en el Distrito Federal, se hablará de la -

(*) Hay quienes consideran que esta modalidad del video tiene su antecedente en la corriente cinematográfica llamada Neorrealismo Italiano. En ella se trata la realidad con sencillez y con una actitud crítica. Muestra la vida como es y al ser humano de manera sencilla. Incluso los protagonistas no son actores, son gente común y corriente.

experiencia de un grupo cuyos orígenes no se remiten al cine independiente.

Origen

Identificado con movimientos y sectores populares, el trabajo de Fuego Nuevo está inmerso en la ficción.

Juan Carlos García integrante del grupo dice:

"Fuego Nuevo surge como una propuesta de trabajo de vídeo desde el interior del Centro Libre de Expresión Teatral y Artística (CLETA)". (35)

Cuando se presentó el proyecto a CLETA, a mediados de 1988, se pensó en iniciar con recursos limitados y poca gente, incluso con una mínima preparación. El objetivo era crear la infraestructura, organización y equipo humano que permitiera la consolidación del proyecto.

Al mismo tiempo que entraban nuevos miembros, se establecían las bases de un programa de trabajo muy ambicioso.

Quienes integran Fuego Nuevo no son gente formada en cine, ni cuentan con una experiencia académica en vídeo. Sus conocimientos los adquirieron sobre la marcha, en el trabajo práctico.

Objetivos

En esta primera etapa se establecieron objetivos a me--

diano y a largo plazo. Los primeros contemplan la producción a un nivel muy simple, así como la capacitación básica de los participantes. Los segundos, vislumbraban la necesidad de crear una infraestructura tanto de video como de cine; y también establecer relaciones que permitieran la continuidad y la distribución de los materiales. De otra manera, la producción no tendría sentido.

Para sacar adelante un proyecto de comunicación tenían que apropiarse de todo el proceso desde habilidades hasta tecnología. El ser autosuficientes en recursos financieros y técnicos garantizaba el desarrollo de un proyecto independiente de comunicación popular.

En este camino de la autogestión establecieron contacto con organizaciones populares, sindicatos, maestros, trabajadores, etc. Los temas, guiones, tratamientos y locaciones, eran discutidos y acordados en conjunto. Por parte de las organizaciones, existía el compromiso de participar en todo el proceso de producción y cubrir algunos gastos.

Lenguaje

El trabajo de ficción implica dramatización, manejo de actores, control de locaciones y dirección de escena. Pero cuando debe hacerse con personas que no son profesionales de la actuación y en locaciones naturales, el proceso se dificulta.

Antes de cada grabación se platicaba con el obrero, - maestro o trabajador que iba a interpretar algún papel. Se les explicaba el proceso de producción e incorporaba en el mismo, desde la planeación, hasta la elaboración de un esquema de improvisación teatral. De esta forma los actores no eran objeto de la grabación, sino sujetos.

"...ellos podían representar lo que habían vivido, lo que había pasado a un compañero, tenían que representar algo que ya conocían, algo que ellos vivían".
(36)

Producción

El trabajo de ficción ofrece mayores dificultades que el documental, género que también desarrollaron. De 1988 a 1991 concluyeron seis producciones.

Una de ellas Fin de quincena, realizada con los obreros de la fábrica de loza La Favorita. Se trata de una ficción hecha durante la huelga y en las instalaciones tomadas por los trabajadores.

Loco frente a la cruz producida por Enrique Cisneros, adaptación de un cuento de Darío Fo y llevada a cabo en las instalaciones de una iglesia.

El último video realizado hasta la fecha por este colectivo, fue con los maestros de Oaxaca de la sección 22. También se trata de una ficción, fue titulado Rangá —palabra -

triqui. El tema era la represión sindical, de autoridades municipales, del ejército y del Partido Revolucionario Institucional hacia los maestros.

En otro plano está un documental —sin título— realizado con los obreros de Cananea durante su huelga. Este material es documental, pero sin la estructura clásica para este género. En primer lugar, los obreros no eran objeto de la grabación, sino una parte activa.

Ellos decidieron el ritmo del video, con base en el desarrollo de tres marchas simultáneas que partieron desde diferentes puntos de la ciudad de México hacia el Zócalo. Se hizo un diagrama de trabajo y se estableció cómo iban a ser cubiertas. En puntos acordados se integraron los diferentes contingentes y un obrero tomó el micrófono para narrar lo -- que sucedía y para entrevistar a trabajadores que apoyaban sus demandas.

Como el objetivo era hacer llegar lo más pronto posible el video al pueblo de Cananea para que viera el respaldo que tenían en la capital, desde un principio se pensó en no editarlo.

Juan Carlos comenta:

"Fuimos cortando con pausa. Se grabó siempre con la misma cámara. Así como salió el material se fue a Cananea... No es una cuestión improvisada. Sin embargo, tampoco es sencillo cuando no tene--

mos la posibilidad de regresar al cuarto de edición y componer las cositas y ponerle títulos, música y hacerlo muy bonito..." (37)

El trabajo de Fuego Nuevo consistió en el apoyo técnico. En ésta como en otras producciones no aparece el crédito del grupo porque los protagonistas han hecho la mayor parte del trabajo.

La técnica se realizó con actores de CLETA y trata sobre la técnica actoral. Después se produjo un documental titulado Diez años del Llanero Solitito, que fue el registro de una celebración de aniversario.

Como se puede observar, los personajes de los video ficción y documentales de Fuego Nuevo son trabajadoras, trabajadoras, obreras y obreros. Utilizan al video para mostrar su cotidianidad, sus lugares naturales, su vida.

Equipo

Todas sus producciones han sido en formato Super VHS y cuentan con el equipo necesario para hacer un ciclo completo de trabajo, desde la realización, hasta la difusión.

Actualmente el grupo está en proceso de reestructuración y de evaluación del trabajo desarrollado, por lo tanto la realización se ha interrumpido, no así su difusión.

Juan Carlos García dice:

"Nuestro interés es esta orientación popular dentro de la producción de video, que mucha gente lo ha representado en -- forma anecdótica, folclórica, turística, e incluso poética. Decidimos con ellos que es lo que se tenía que hacer y en -- función de eso se trabajó". (38)

3.2.4.2. SARAH MINTER

Dentro de la ficción documentada o del documento ficción, se halla inscrito el trabajo de Sarah Minter. (*)

Origen

De formación autodidacta dentro del teatro, diseño gráfico y fotografía, decidió ingresar como oyente al CUEC. De ahí surgió su interés por hacer películas. Tuvo la intención de adquirir una cámara de cine para trabajar de manera independiente, pero no le fue posible por los altos costos -- que implicaba una experiencia de ese tipo. Si quería conservar la independencia debería recurrir a otra tecnología... y ahí estaba el video. Al principio para ella sólo era un soporte sustituto. No obstante, al trabajar con él, conoció -- sus amplias posibilidades expresivas, experimentales, plásticas y estéticas.

(*) Es miembro del grupo Imagia. Fundado en 1989 como empresa independiente destinada a la producción de documentales, programas culturales y experimentación en el campo del video y de la gráfica. Es tá constituido por Sarah Minter, Gregorio Rocha y Andrea Di Castro.

Sarah Minter platica:

"...a pesar de tener un equipo reducido (de video), se dan muchas posibilidades de experimento y muchas posibilidades - aun en el momento de grabar..." (39)

Lenguaje

Además de la ficción, ha trabajado la estilización del movimiento en el video a través del tratamiento de temas cotidianos. En menor medida se ha dedicado al procesamiento digital del video.

Su primer trabajo en este medio lo realizó con una cámara de video propia. Era sobre un pintor de los años treinta llamado Julio Castellanos.

Desde su punto de vista, el documental, en ocasiones no puede crear por sí mismo sensaciones sobre la realidad. (*) - Es por eso que se usa la ficción, la plástica, la estética. A través de ella se pueden generar sensaciones, emociones y reflexiones sobre lo presentado. Es decir, la realidad re--

(*) Tal vez esta concepción podría asociarse con las noticias transmitidas por televisión. Estamos tan acostumbrados a ver muertos, guerra, sangre, tragedias humanas, que esos hechos pierden, para quien los observa de lejos, desde la televisión, toda trascendencia. Martín Barbero dice al respecto: "La forma del discurso de la televisión... sobre ese permanente ritual en el que las tensiones y los conflictos se adelgazan y desaparecen, sobre esa danza incesante del objeto, las vicisitudes de nuestro mundo, los acontecimientos por más fuertes, desconcertantes y subversivos que sean, quedan neutralizados". (40)

gistrada debe ser manipulada, alterada. Incluso el rescatar o añadir lo lúdico en una situación o personaje puede crear una impresión más fuerte, una reflexión más profunda, que si se recurriera a escenas dramáticas.

Al mismo tiempo, este género —ficción documental— es un campo abierto a la experimentación. A esto ha contribuido la naturaleza de la tecnología video:

"...la inmediatez, el que la misma gente que estás grabando lo vea, causa un efecto, causa una reacción, que puede modificar las cosas, que no se presentaría si lo hubieras hecho con cine y la gente no lo hubiera podido ver inmediatamente..." (41)

En este sentido, ella considera que el video tiene incidencia en la vida de los participantes de la ficción. El hecho de actuar algo relacionado con su cotidianidad y de poder verlo en la grabación, hace que se modifiquen sus percepciones, su actuación e incluso su realidad. "...de repente parte de la ficción tiene que ver con lo que iba a pasar después con ellos. Esa cosa de verse a sí mismo tiene una reacción muy fuerte en las personas..." (42)

Sarah Minter agrega:

"Otra cosa que a mí me interesa trabajar y que siento que ayuda mucho en una producción independiente es porque utiliza situaciones, por ejemplo, masivas. O -- sea hechos que suceden de repente... -- Creo que una buena característica del video independiente es: utilizar las cosas,

hechos que están pasando, pero meterlos dentro de la ficción".(43)

Producción

El video más representativo de esta corriente es Nadie es inocente. Ganador de dos premios, uno durante la Primera Muestra de Videofilme realizada en 1986 y otro en La Habana, Cuba en 1987, donde le otorgaron el Premio Coral al mejor -- largometraje en video.

Actualmente realiza otro video, basado en la experien-- cia de Nadie es inocente. Es sobre una "chava punk" de ciudad Nezahualcóyotl. La organización y preparativos muestran su estilo de trabajo en el video independiente. Cuando conoció a la principal protagonista, una "chava punk", y encontró en ella las características necesarias para su personaje inició el proceso de producción.

Otro rasgo de su estilo es la relación directa que establece con la gente que va a participar. Hacer el trabajo en conjunto, recibir propuestas y entonces sí, decidir entre to dos lo que se va a hacer.

Con el fin de acercarse a la realidad de la "chava - - punk", la entrevistó, de ahí obtuvo el sustento documental - del video. Después ambas empezaron a trabajar el material - anecdótico y elaboraron el guión, pero de ficción, "...ya -- son situaciones de ficción basadas en situaciones reales".(44)

Así, los hechos, lugares y personajes tomaron forma.

En la producción el trabajo de equipo es fundamental. - Para llevarlo a cabo llama a un grupo de colaboradores con quienes hace estimaciones de lo que ganaría cada uno. Acuerdan la coproducción y establecen los porcentajes que se obtendrían en caso de vender el video.

No obstante la buena disposición y el compromiso de colaborar en el proyecto, cuestiones de supervivencia impiden su continuidad. Por ejemplo, durante la grabación, la protagonista desapareció una semana; había entrado a trabajar. - Incluso se decidió grabar únicamente fines de semana para -- permitir el desempeño de una actividad remunerativa los - - otros días.

Una vez hecha la grabación de alguna secuencia se edita y se revisa. De esa forma se afinan los detalles de actuación, iluminación y sonido. De la primera se pide a los actores que lo hagan de manera natural, como si lo vivieran durante su cotidianidad. Incluir al o los personajes en situaciones reales apoya el aspecto documental del video.

Aparte del proyecto independiente, Sarah Minter trabaja para la televisión. Considera que es una experiencia interesante porque le permite obtener recursos para sus producciones independientes, utilizar equipo sofisticado, así como conocer las nuevas tecnologías —a las que de otra manera no -

tendría acceso— y que enriquecen su aprendizaje. En este rubro participó en la realización de la serie La fotografía en México, con el apoyo y producción de la Unidad de Producciones Audiovisuales del CNCA. Ocasionalmente también hace spots publicitarios.

Equipo

Para el trabajo independiente cuenta con equipo de 3/4, cámara y de edición a corte directo. Últimamente adquirió una cámara Hi-8 y un Steadicam, el cual permite mayores posibilidades del lenguaje y calidad de lo registrado. Considera que a nivel tecnológico también es importante experimentar, probar en la medida de lo posible —por los altos costos del equipo— lo que permite cada formato y de esta manera obtener mejores resultados.

Sarah Minter concluye:

"La crisis económica ha incidido para que el trabajo independiente sea más difícil..." (45)

3.2.5. EL VIDEOARTE

La Bienal de Sao Paulo en Brasil, el Festival de Cine en San Sebastián de España, el Festival Nacional de Video del Instituto Cinematográfico Americano, entre otros, han reconocido al video como un medio artístico. (46)

Las primeras manifestaciones presentadas en video fueron de videoarte. Atrajo a personas que se desenvolvían en la pintura, escultura, teatro y música. Encontraron en él un elemento que les ayudaba a expresar sus inquietudes artísticas.

Tal vez sea en esta modalidad donde más búsqueda, y por tanto hallazgos, se han realizado en el ámbito del lenguaje, la imagen, el audio, el color y el movimiento específicos -- del video. La espontaneidad, lo lúdico, lo casual e informal de este medio ha contribuido a la riqueza expresiva y experimental. Las sensaciones, deseos, reflexiones y fantasías forman un calidoscopio de imágenes y sonidos en movimiento.

El video ha favorecido la expresión artística personal y ha sido un elemento que permite mostrar afinidades e inquietudes estéticas.

El desarrollo de este género está acompañado de expresiones literarias, dancísticas y de reflexiones sobre la naturaleza de la imagen en movimiento, entre otros. Llegan a crearse productos híbridos que están entre el video y la danza, entre el video y el teatro, entre el video y la poesía...

También el plano de la narrativa y de la abstracción han sido campos fértiles para la experimentación en video.

Tal vez sea en esta categoría donde con mayor libertad

y soldura —aunque en ocasiones con exceso— se han adoptado los adelantos tecnológicos. Los efectos especiales, las pantallas de mayor tamaño y la computación aplicada a la imagen, el juego con los colores y los sonidos, la iluminación no -- convencional, entre otros, son considerados elementos de su lenguaje. En torno a esta cuestión se ha generado cierta polémica entre quienes consideran que no deberían usarse y los que opinan que si han sido inventados deben aprovecharse e -- integrarlos al proceso de creación.

Pablo Gaytán, realizador de videoarte opina:

"Quienes se reclaman videoartistas están utilizando los instrumentos tecnológicos para hacer cosas. Yo no creo que eso -- sea videoarte... Se repiten los efectos: positivo-negativo, el flash motion. No se ha superado el uso eficiente de la -- tecnología... Vuelven mecánica la utilización de estos elementos y no hay una -- propuesta realmente estética..." (47)

Por su parte Adolfo Patiño de la galería de arte La -- Agencia dice:

"Yo disto mucho de esto porque entonces estaríamos haciendo cine en video. Pero si el aparato del video tiene la posibilidad de digitalizar las imágenes y de -- crear efectos electrónicos ¿sabes qué?, hay que utilizarlos. Yo no veo por qué no utilizarlos, si la electrónica nos da esa opción". (48)

La discusión continúa y sería interesante enfrentar opiniones y de esta manera contribuir al enriquecimiento del vi

dearte y a la búsqueda de la evolución de su lenguaje.

La exploración técnica también se da en el videoarte, a veces se llega a tal fascinación que ella misma se vuelve el tema del video.

Los videoartistas toman las características formales -- del medio y se abocan a trabajar con ellas. Por ejemplo, re flexionan sobre la inmediatez y sobre el registro de un tiem po y espacio sobre la cinta.

Asimismo, algunos experimentan con la televisión. Su carácter unilateral, violento, consumista y trivial ha sido origen de varias experiencias en videoarte. Para ello se ha retomado su contenido y al propio aparato de televisión.

Otra tendencia del videoarte es la de romper las conven ciones y lugares comunes en la percepción de la realidad. - Casi se trata de lograr el exterminio de un lenguaje hecho. El uso de metáforas visuales y auditivas, así como la crea ción de imágenes enigmáticas y abstractas, en ocasiones sin referente con la realidad y la ruptura de la unicidad del -- punto de vista, también son rasgos característicos de este - género. (*)

Del mismo modo la experimentación se da en las reaccio- nes que tiene el video ante el movimiento, la luz, la obscu-

(*) Tal vez podría decirse que el videoarte es autoral o video de au- tor. Está basado en las interpretaciones más personales e íntimas de cada realizador.

ridad, el calor, el contraluz. Hasta las que se consideran fallas técnicas —distorsión del color, aparición de las líneas que forman la imagen, la falta de señal por el desprendimiento de partículas ferromagnéticas de la cinta, los brincos, la poca nitidez, el bajo o alto nivel de audio, entre otros— son utilizados como elementos que se añaden al lenguaje del videoarte.

No se limita a la creación de video, también incluye -- otras expresiones que lo incorporan. Tal es el caso de las videogalerías, de los video eventos, de los video-performances y de las video instalaciones.

En una palabra, está abierto a diversas interpretaciones individuales, a diferentes conceptos de la experiencia cotidiana. La composición audiovisual, las alegorías, analogías y la percepción subjetiva, entre muchos otros, componen un estilo, un género: el videoarte.

3.2.5.1. POLA WEISS

Algunos consideran que en México, la pionera de este género del video fue Pola Weiss. Ella se dedicó a experimentar y tuvo una producción rica.

Egresada de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, se abocó a la realización de video conjugado con la danza.

Pola decía:

"Para mí, el cine sería la épica, la televisión la novela y el videoarte la poesía". (49)

Sin embargo, se lamentaba de que en México no existiera interés por el videoarte, ni aun de las instituciones culturales, de ahí que su difusión fuera casi imposible. Sus trabajos fueron presentados y reconocidos en el extranjero, pero no en el país. Participó en las bienales de Venecia y París; fue homenajeada en Montbeliard, Francia, durante el Festival Internacional de Video, entre otros.

Alberto Roblest, videoasta, escribe sobre ella:

"Su trabajo se caracteriza, principalmente, por los valores emocionales que expresa y no por valores de tipo intelectual. 'Mi corazón', por ejemplo, establece una íntima relación entre el ojo que siente y el corazón que ve. Ver-sentir. Sus obras son pequeñas biografías que expresan estados anímicos e impresiones. El ojo como un filtro..." (50)

Algunos de sus trabajos son: Videodanza a dos tiempos, La Venusina renace y reforma, OM, Acto de Amor y Flor Cósmica.

Sonia González considera a Pola Weiss, junto con Rafael Corkidi, como una de las que mayores aportes hicieron al campo de la experimentación, aunque sin mucho rigor.

Pola Weiss opinaba que en México hacía falta más respe-

to para un medio con una trayectoria de casi veinte años a nivel mundial.

"Debería haber organismos que facilitaran la producción y la difusión del videoarte, aunque esto no quiere decir que nuestro trabajo deba transmitirse necesariamente por televisión, porque de ser así estaríamos haciendo entonces lo mismo: televisión". (51)

Servando Gajá, fotógrafo de cine afirma:

"Ella tiene cosas experimentales interesantes, lo que pasa es que como tiene ese final trágico, la erigimos como la musa de los videoastas". (52)

Alberto Roblest considera que en vida, Pola Weiss fue marginal e incluso llegó a ser ninguneada.

"Pocos entendieron sus videos, su vida y su actitud innovadora en un país de tele novela barata. ¿Por qué sólo hasta después de muerta la gente voltea a mirarte?..." (53)

3.2.5.2. RAFAEL CORKIDI

Origen

Considerado por algunos pionero del video independiente en el Distrito Federal, Rafael Corkidi lo niega. Dice que forma parte de un grupo de gente que busca una opción que el cine les quitó.

Como cineasta produjo: Angeles y Querubines, Al filo -- del agua, Guanarapano y Panfucio Santo. Sin embargo, el alto costo y la censura que impidió la exhibición de todas -- ellas, lo alejaron definitiva e irreversiblemente del séptimo arte.

A pesar de ser la "gran pasión de su vida" tuvo que separarse de él. De eso dependía su sobrevivencia y la posibilidad de expresarse y experimentar.

"Yo no dejé nunca al cine, el cine me dejó a mí... Cuando recuerdo al cine, lo recuerdo como un hermano, pero ese hermano se murió. No podía seguir avanzando. Hay que dejarlo tranquilo..."(54)

Las autoridades "incompetentes, necias y aburridas" (55) también lo orillaron a dar ese salto.

Sonia González considera a Corkidi el único a quien no le ha pesado tener que pasar del cine al video. Ha continuado con la experimentación.

"Además, es como los fumadores que dejan de fumar, son los peores contra el cigarro, ahora Corkidi es el peor contra el cine y esto lo ha hecho regodearse en el video".(56)

Rafael Corkidi considera que en América Latina no existen las condiciones para hacer cine y que el 98% de la producción fílmica del área es de "muy mala calidad, terrible".(57)

También trabajó durante un tiempo en el Canal 11. Una

vez conocido ese ámbito, se percató de lo que significaba el video.

A partir de ese momento, se convirtió en su soporte experimental y artístico.

Sonia González se sorprende:

"...cómo está experimentando esa técnica niña, es una adolescente esa técnica y... cómo la está saboreando, cómo le está sacando jugo Corkidi. Creo que es un deleite que pocos hemos podido tener". (58)

Todo lo que haría a partir de ese momento de "separación dolorosa", sería electrónico, sería...video.

Lenguaje

Sus primeros intentos en video, eran muy parecidos a lo que hacía con el cine. Se dio cuenta que eran cosas completamente distintas, y por lo tanto no debían utilizarse igual. Entonces, se abocó a la búsqueda de anécdotas, duraciones, tamaños, sonidos e imágenes propias del video. Lo concibe como el arte más nuevo que existe —apenas 15 años—, mientras las demás artes tienen miles.

La oportunidad que esta tecnología ofrece para el desarrollo de las inquietudes artísticas y experimentales, fue aprovechada por Rafael Corkidi. Además, le permitió otras cosas:

"En el excusado yo tenía los laborato- -
rios Churubusco, en la recámara tenía la
sala de grabación, todo estaba resuelto
..." (59)

El video es una tecnología cambiante, dinámica adapta--
ble a las necesidades de comunicación más diversas. En este
caso, con presupuesto menor y poco equipo pudo lograr más de
lo que hacía en cine.

Producción

Murmillos está basado en dieciocho anécdotas del libro
de Juan José Arreola La Feria. Dicho trabajo fue presentado
en la Feria Internacional del Libro (FIL) en 1990.

En esa conjunción de lo técnico y lo artístico, está su
video Relatos, realizado con el apoyo de Redes Cine-Video. -
La historia surgió del libro Jueves de Corpus de Heberto Cas
tillo. Pidió prestada una cámara y contactó al actor Ernes-
to Gómez Cruz, finalmente grabaron en la sala de su casa. -
Con este video ganó en el Festival Latinoamericano de Video
realizado en Cuba. Y tuvo una experiencia que le mostró que
podía vivir del video: "...hice cien copias, hice cien llama
das y vendí cien videos". (60)

Forjadores es un trabajo que realizó para estrenarlo -
—en presentación exclusiva para invitados— durante la Pri-
mera Bienal de Video. El objetivo era dar a conocer los pun
tos de vista de seis videoastas —los forjadores del video—,

José Manuel Pintado, Sarah Minter, Gregorio Rocha, Carlos --
Mendoza, Francis García y Pola Weiss, al mismo tiempo que --
mostraba parte de sus trabajos.

La presentación se hizo con cuatro monitores. Uno al -
centro donde se veía la entrevista de Corkidi a cada uno de
los videoastas y en los tres restantes --ubicados alrededor
del mayor-- la muestra de sus trabajos. Es decir, consistió
en la conjunción de dos videos que corrían parejos.

Florence Toussaint dice:

"Para Rafael Corkidi, cada video produci-
do constituye un reto y una oportunidad
de ensayar, de experimentar y buscar ex-
presiones inéditas". (61)

También ha promovido la difusión del video independien-
te. En 1986 junto con Francis García organizó la Primera -
Muestra de Videofilme. Y fue uno de los principales promoto-
res de la Primera Bienal de Video.

Como miembro de un movimiento nuevo y en gestación dice:

"Siempre admiré a los poetas porque re-
querían sólo de un lápiz y de un papel -
para hacer poesía. Yo con mis Relatos -
estuve casi a la altura, nada más que en
vez de lápiz alguien me prestó una cámara". (62)

3.2.5.3. ANDREA DI CASTRO

Origen

Llegó al video como extensión de la imagen fija —fotografía— y del cine Super 8 y de 16 mm. Con este último llevó a cabo realizaciones independientes y experimentales. Pero al trabajar con ese soporte enfrentó problemas económicos. La falta de reparabilidad de materiales y de laboratorios -- competentes que den servicio, así como los altos costos que implicaba, lo llevaron a adoptar al videocassette que permitía mayor independencia y un costo relativamente bajo de producción.

"Nosotros trabajábamos Super 8 y estábamos trabajando 16 mm, cuando empezaron a masificarse las videograbadoras..." (63)

Lenguaje

A partir de 1978 inició su trayectoria dentro del video experimental, siempre a la par de trabajos documentales. Estos, al mismo tiempo que le han permitido sobrevivir, han favorecido una técnica más sólida, depurada y profesional como hacedor de video.

En esa búsqueda de un lenguaje propio del video, desde entonces se ha dedicado a la realización de experimentación o videoarte.

Considera que en este ámbito, precisamente se concibe - al video como un medio con características propias, no equiparables a las del cine ni a las de la televisión. Es decir, no se usa como sustituto de ningún otro soporte. Por eso la experimentación se basa en las características definitorias de este medio y dice:

"...estamos hablando en cuanto al sonido, la característica de reproducción del sonido del rango de frecuencia. En cuanto a la imagen nos estamos refiriendo a las características de luminosidad de la imagen, de la pantalla. Hay una textura, - la imagen está formada por unos puntitos que tenemos que reconstruir". (64)

Cada uno de esos elementos se incorpora al lenguaje, a la forma de decir a través de y con el video.

El encuentro del lenguaje del video se logrará con la experimentación, el juego, y al probar sus posibilidades con la imagen, el audio, el color, los contrastes y el movimiento.

Andrea Di Castro considera que el registro del espacio-tiempo brinda grandes posibilidades. Se puede jugar, alterar ese espacio y tiempo determinados.

Producción

En 1978 participó en el evento Intervalo Ritual que consistía en tres happenings e instalaciones de creación colec-

tiva. Realizado en la Casa del Lago de la UNAM, se caracterizó por el uso del rayo láser y de música en vivo.

Un año después, participó junto con Cecilio Balthazar en la organización del primer video-evento llamado Cuerpo-Idea, cuyo recinto nuevamente fue la Casa del Lago. Propone a los museos y galerías como espacios alternativos.

Esa vez se hizo una instalación, asimismo, se manejó el espacio y se trabajó con el cuerpo humano para la creación del video como espacio conceptual. Cuerpo-Idea tuvo una duración de 16 minutos y fue realizado en VHS.

Durante 1985-1986 participó en la fotografía y producción del videofilme Madic es inocente de Sarah Minter.

En 1988, sus videos La otra cara de Muybridge y Encuentros del cuerpo en el espacio del video formaron parte del evento Videográfica en el museo Rufino Tamayo. Mismos que junto con Cuerpo-Idea fueron presentados en el Downtown Community Center de Nueva York.

La otra cara de Muybridge fue hecho en formato 3/4 y tuvo una duración de 14 minutos. Se trata de un ensayo sobre el cuerpo, el espacio y el movimiento, en donde se pretendió convertir la pantalla en un instrumento de medición de ritmos, proporciones y actitudes del cuerpo humano. También fue co-producido con Cecilio Balthazar.

En ese mismo año dirigió junto con Sarah Minter el vi-

deo Mex-Metr cuya actuación estuvo a cargo del Teatro del --
Cuerpo. Su duración fue de 11 minutos y el formato VHS.

Durante 1989 en el museo Rufino Tamayo participó en una
instalación de video y gráficas hechas por computadora junto
con Cecilio Balthazar. Fue titulado Videocompugráfica.

También dentro del ámbito experimental está Pasos cuyo
guión, producción y realización estuvieron a su cargo. Tie-
ne una duración de 13 minutos y en formato VHS. Este video
fue exhibido en el Bronx Museum of the Arts a finales de - -
1990.

Se ha visto en la necesidad de trabajar el video a ni--
vel institucional —particularmente el documental— para fi-
nanciar sus proyectos independientes. No obstante, conside-
ra que el video es más rico. A pesar de reconocer que el do-
cumental hecho en video permite agilidad y crea un contrape-
so a la historia oficial, no permite el enriquecimiento del
lenguaje.

3.2.5.4. VIDEO DOS

Origen

Video Dos ha desarrollado su trabajo dentro de la poe--
sía visual. Está formado por César Lizárraga y Alberto Ro--
blest, ambos egresados de la carrera de Ciencias de la Comu-

nicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Parte de su formación en el video fue dirigida por las enseñanzas de Pola Weiss, quizá la influencia más determinante de su elección por este medio.

A diferencia de los otros videoastas citados, ellos iniciaron desde un principio su trabajo de creación con la tecnología video. No tuvieron práctica con el cine. Durante los últimos semestres de la carrera optaron por la especialización más cercana a la del video: la televisión. Después tuvieron oportunidad de participar en el proyecto Video Experimental de la misma Facultad y en otro que abarcaba aspectos de ficción, ejercicios de diálogo y foto fija aplicada al video.

Video Dos se constituyó a partir de la experiencia en un grupo estudiantil llamado "Cada quien su rollo". En el cual se hacía teatro, poesía, periodismo y se publicaba la revista Gaceta Libre. Al desintegrarse, César y Alberto tuvieron la necesidad de continuar el trabajo. Después como proyecto de tesis diseñaron una serie Los poetas en su tiempo, de ahí surgió la idea de conformar —a mediados de 1988— el grupo Video Dos y de hacer poesía visual.

Una de las primeras experiencias estéticas fue el video hecho con el pintor Jorge Carvajal, quien se los pidió para presentarlo junto con la exposición que iba a montar en Nueva York.

Lenguaje

Su actividad creativa con el video, la equiparan con la de la pintura. "...nosotros creemos que la cámara es una especie de pincel y la pantallita es un lienzo y nosotros tratamos de pintar sobre ese lienzo de cristal..." (65)

El origen de sus realizaciones obedece a momentos de -- inspiración, en los cuales retoman poesía de A. Ginsberg, -- Efraín Huerta y André Breton. Asimismo, trabajan con textos escritos por Alberto Roblest.

En este sentido, las imágenes visuales surgen y son re-- creadas de las imágenes poéticas. Alberto Roblest opina que el video crea la posibilidad de convertir la poesía en luz, en algo concreto, por medio de imágenes referenciales de la realidad. Para ello se usan varios lenguajes: el poético, - el visual, el auditivo y el técnico. También permite la alteración del lenguaje tradicional de la televisión. A veces ni siquiera existe una narración lógica —principio, desarro-- llo y fin— como sucede con ella.

Consideran que parte de su estilo está definido por la creación de sus propias imágenes. Con este fin cuentan con un pequeño foro en la colonia Roma. En él están ubicadas - las luces, cámaras y todos los elementos escenográficos que dan vida a sus propias ideas.

Producción

Cada proyecto implica el trabajo de escritorio durante dos o tres semanas. Así queda listo el guión y afinada la idea. Todas las decisiones están tomadas. Una vez pensado el financiamiento, la escenografía, los actores y el vestuario, se comienza la producción.

De esta forma han realizado ocho videos. Plusvalfa en Do, Collage, Pedro Mártir, Psico-gineco-video, los cuatro -- dentro de la poesía visual. De tipo experimental son Pre- sión por opresión y Murmullos. Los otros son videos del poeta Efraín Huerta y el de Jorge Carvajal: Pintor.

También han participado en dos videoinstalaciones, una presentada en el Salón de la Plástica Mexicana cuyo punto de inspiración fue Benito Juárez y otra colectiva en la Casa -- del Poeta, Museo Ramón López Velarde. En ellas se mezclan -- pintura, objetos de uso cotidiano, la imagen luminosa y el -- audio para crear un cuadro plástico, hasta se podría decir -- surrealista.

En proceso de producción se encuentran los proyectos La gallina del monitor, Clausurado y su primera ficción que tendrá como nombre El descubrimiento de América.

La experimentación con la técnica y el lenguaje del video es permanente. Los implementos tecnológicos como el -- chroma key -- que permite la incrustación de una imagen sobre

una parte de otra—, el súper y las mesas de efectos son parte de su herramienta de trabajo. "Aplicamos la técnica para pintar, para acentuar, para definir la idea". (66)

Equipo

Al principio trabajaban con cámaras V-8, luego adquirieron una VHS con la que hacen sus realizaciones actuales. -- Tienen equipo de edición VHS, un súper, una mesa de efectos y monitores. Al mismo tiempo han formado una colección de objetos útiles para la escenografía y ambientación: telas, maquillaje, iluminación, objetos de cristal, esferas, veladoras y "ganas"...

César Lizárraga opina:

"Sí creemos que el video se va a considerar dentro de los museos, dentro de las galerías, dentro de las casas de cultura, dentro de las instituciones específicas que pudieran absorber esta nueva intención de los videoastas por hacer plástica, por hacer arte". (67)

3.2.5.5. CARLOS SALOM

Origen

Este artista plástico, como se autodefine, es el más joven de los presentados en la investigación y cuyo acercamiento al video también fue reciente, en 1990. Dedicado a la fo

tografía, tiene una formación autodidacta en diseño gráfico y en comunicaciones.

La necesidad de crear sensaciones a través de la imagen y el sonido y de llevar a su verdadera dimensión sus sueños, lo hicieron recurrir al video.

Al darse cuenta que éste podía contener y crear más imágenes que la fotografía, inició su trabajo con él.

Lenguaje

En el videoarte habrá tantas variantes como interpretaciones haya de la realidad. Sin embargo, siempre permanecerá el deseo de expresarse a través de la plástica y de la estética. El artista sólo en casos excepcionales puede sustraerse de su entorno. En la mayoría de las ocasiones, forma parte integral de sus obras. Esto sucede con Carlos Salom quien define a su línea de trabajo entre el videoarte y la violencia en video "ya que esto es lo que vivimos a diario". (68)

Sus reflexiones y creaciones giran en torno a la relación entre el receptor y la televisión. Al mismo tiempo explora y experimenta con la acción plástica del video. "Me gusta pintar con fotones. No me gusta dar una imagen concreta, sino desplazarme hacia otros lenguajes de la imagen..." (69) De ahí que prefiera no incluir la anécdota, ni el final fe-

liz en ninguno de sus trabajos. Incluso algunos de ellos -- son meras reflexiones sobre las diferentes posibilidades -- brindadas por el lenguaje de la electrónica.

La intención de su obra es crear sensaciones —diferentes y personales— en quienes ven sus videos. Carlos considera que ese es el objetivo de los artistas plásticos que -- usan un recurso barato y accesible, como es el video: sensibilizar al espectador. En ese sentido opina que la televisión ha sido subutilizada y por lo tanto se ha vuelto un medio frío.

Producción

En el tiempo —dos años— que tiene como videoasta, ha realizado alrededor de ocho videos.

El primero de ellos fue pensado para concursar en la -- Primera Bienal de Video y lleva como título T.V., su duración es de 10'40". En él plasmó la sensación de vacío que -- dejan los medios de comunicación. Obsección es el segundo -- de sus videos —6'40"— y se trata de un video performance. Con base en el libro La secuestrada, hizo un video con el -- mismo nombre, que tiene un tiempo de 4'50".

Asimismo, desarrolla su actividad creativa dentro del -- videoperformance. Tótem es la muestra de esta línea de trabajo, consistió en una videoinstalación. Es decir, es la in

tegración de la tecnología video a un espacio conformado de elementos de diversa índole —objetos de uso cotidiano, maniqués, pinturas, espejos, plantas, cuadros, música, monitores— y que crean la sensación de un área tridimensional. Otros videoperformances son: el hecho con Pedro Olvera: Leninrado de Roberto Escobar y uno más grabado con Juan Carlos Jaurena que se llama Masiosarc.

Estos trabajos se hicieron especialmente para performances (representaciones). La cámara no funciona como algo pasivo, fijo, sino que es integrada en movimiento, en acción. Entonces video y performance llegan a ser parte de una misma unidad. La inquietud por llevar a cabo este tipo de modalidad surgió ante la necesidad de que lo hiciera alguien conocedor de este tipo de acciones. "Trabajo los videos de performance de otros performistas, por el hecho de que he sido performista a lo largo de tres años..." (70)

En 1991 empezó a producir una serie de videos que tendrá como título Mercados 1, 2 y 3. Se trata de una visión personal de los mercados, del folclore. Para Arte Joven realizó un video, Ruido, basado en un texto del poeta Gonzalo Vélez. También hizo Esto es un performance, que pretende ser la explicación de lo que son estos eventos.

Durante la guerra del Golfo Pérsico retomó imágenes de la televisión, las reencuadró y manipuló para crear su video

Victis Honos —5'35". Tenía la intención de registrar la in-
fluencia de las imágenes de la guerra y mostrar su visión --
personal sobre ella.

Actualmente está en proceso de producción un video de -
obra plástica, pero con imágenes creadas por él mismo.

Con algunos de sus trabajos ha participado en la Bienal
de Video, en el museo Carrillo Gil, en el Festival de Perfor-
mance. En el Centro Internacional de Video para América La-
tina tienen algunas de sus realizaciones.

Equipo

Solamente el primero de sus videos, fue grabado en V-8
y planeado desde el guión, hasta la realización y posproduc-
ción. Los demás surgen y se desarrollan con base en un con-
cepto. Es decir quedan fuera de la línea formal.

Al principio sólo tenía una cámara V-8, —después adqui-
rió una VHS en la que ha grabado la mayoría de sus videos. -
También compró un equipo de edición VHS de tipo casero. Es-
tos aparatos han sido suficientes para recrear sus impresio-
nes y para desarrollar su creatividad plástica y artística.
Sin embargo, no descarta la posibilidad de usar un formato -
más profesional como el 3/4 porque en él puede encontrar ma-
yores recursos para desarrollarse como videoartista.

Considera que no se han sabido aprovechar las potencia-

lidades que brinda el video como medio de expresión. No se usa como se debe usar, experimental y estéticamente y no tan apegado a las leyes de la cinematografía.

Carlos Salom escribe:

"En el videoarte se crean sensaciones a través de distintos lenguajes. Texturas visuales, sonoras e infinidad de efectos.

A partir de éstos, el receptor puede llegar a sentir más que con la frialdad de la T.V. y su información digerida". (71)

3.2.5.6. KOMUNIDAD AUDIOVISUAL (*)

Dentro de las variantes del videoarte se encuentra la videodanza, experiencia estética y visual a la que ha encaminado su creatividad el colectivo Komunidad Audiovisual.

Origen

Pablo Gaytán y su esposa, también son parte, al igual que Fuego Nuevo, Video Dos y Carlos Salom, de las nuevas generaciones de videoastas.

Egresado de la carrera de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, sus primeros trabajos —durante 1987, 1988— estuvieron marcados por una tendencia académica e ins

(*) Desde el 16 de agosto de 1991, constituyeron junto con otras personas el grupo Videar para la información, desarrollo e investigación audiovisual.

titucional. Mismos que le harían llegar al video de manera fortuita.

Entre esos primeros trabajos están algunos "discursos - académicos" sobre la ciudad de México, y otros de tipo institucional.

También y con el apoyo en infraestructura de la UAM pero de carácter más personal está Submetropolitanos, tal vez el video que lo empujó a la producción independiente. (*)

Lenguaje

Aburrido de la burocracia de la televisión universitaria, encontró en el video el medio idóneo para expresar y - proponer ciertas ideas estéticas y la "intersubjetividad cultural". (72)

La búsqueda de un lenguaje propio del videoarte la realiza apartada del uso continuo de los efectos especiales. - Prefiere la creación a través de la estética de los movimientos, de los encuadres, de los ángulos de cámara, de la explotación del lenguaje audiovisual, de la iluminación y del espacio.

El juego espacio-tiempo que se puede lograr en el tea--

(*) Considera que la calificación independiente —con base en análisis socioeconómicos— es caer en esquemas. "Nosotros no nos atreveríamos a reclamarnos ni como independientes, ni como alternativos..." (73).

tro y en la danza, ha permitido, desde su punto de vista, -- que sea en esos géneros donde el videoarte se ha desarrollado más.

Pablo Gaytán afirma:

"...al menos la experiencia que yo tengo es que se provocan discusiones estéticas, discusiones de encuadres, de ángulos, de colores, de iluminación para crear una - videodanza..." (74)

En este caso la videodanza no es el simple registro o - grabación de un espectáculo dancístico. Ambos elementos se combinan y surge la imagen enriquecida por el movimiento, -- por su plástica. Lo audiovisual se añade a los colores, la iluminación y contrastes, entonces se crea un espacio estético.

Producción

El grupo de danza Barro Rojo ha sido la fuente de inspi ración, de financiamiento y de aprendizaje de Komunidad Au-- diovisual. Con ellos han realizado tres trabajos de coreo-- grafía. La intención de conjuntar video y danza era la de - "...proponer la estética mexicana de la danza". (75) Con es- te fin se hizo un trabajo en equipo entre bailarines, video-- astas, músicos e iluminadores. Asimismo, hicieron un video especial sobre los diez años de trabajo de Barro Rojo.

En otro ámbito está Submetropolitanos, testimonio sobre

el movimiento punk, basado en la narración de un protagonista. Dicho video fue exhibido durante la Bienal.

También han incursionado en el campo del videoclip con Represión, un ensayo estético sobre el videoarte en México. Dentro del videoperformance está Opera cadáver, serie de testimonios en los que participa un grupo punk llamado "los Cadáveres".

En proceso de producción está Cadáver industrial, que - podrá ser visto como una especie de instalación a tres pantallas o como un video normal. Tratará sobre un individuo que concibe a la ciudad como un cadáver. Para crear esa sensación de muerte, los autores utilizarán colores oscuros, sepias, grises, descarapelados y música pensada exprefeso para el video.

Pablo Gaytán explica:

"...se trata de despertar sensaciones entre quienes van a ver el video... el objetivo es que vomiten, griten, se depriman o lo que sea, que despierten..."(76)

Equipo

El equipo con que realizan sus videos es de formato VHS: dos cámaras, cassetteras para editar. También tienen corrector de color.

3.3. PROBLEMAS A LOS QUE SE ENFRENTAN LOS REALIZADORES DE VIDEO INDEPENDIENTE

El desarrollo del video independiente en el Distrito Federal, ha sido posible gracias al interés de los realizadores por expresarse a través de este medio. Su labor no se debe únicamente a que cuentan con la infraestructura audiovisual. Ellas y ellos han enfrentado diversos problemas para sacar adelante la producción.

En términos económicos, no es fácil comprar y luego mantener los instrumentos necesarios para grabar, editar y producir. Aunque se tengan, no existe la garantía de recuperación monetaria.

Sus trabajos se dan a conocer en pocos espacios, además, no se piensa en difundir cuando apenas se puede producir. No existe la seguridad de un público —que en su mayoría aún no comprende las nuevas propuestas audiovisuales o ni siquiera se entera de ellas.

En la ciudad de México se desconoce el número de productores de video independiente. No existe asociación, club o lugar de reunión. Algunos han intercambiado experiencias en la Primera Muestra de Videofilme y en la Primera Bienal de Video. Pocos videoastas se apoyan y ninguno ha logrado —hasta la fecha— hacer de sus trabajos un medio de vida.

En seguida, y con base en los testimonios, se dan a co-

nocer los problemas comúnmente enfrentados por un realizador independiente.

3.3.1. FINANCIAMIENTO

Al principio del capítulo, se estableció que para llamar al video "Independiente" era necesaria la autonomía de los realizadores con respecto a instituciones privadas o públicas. Entonces, ¿cómo es posible subsistir? si el video independiente no obtiene ninguna regalía y sólo en casos excepcionales se le otorgan premios o becas.

Los pioneros, ligados al cine, encontraron en el video facilidades económicas para iniciar con su infraestructura, mas no para sostenerla. Cada uno se ha involucrado en otros proyectos audiovisuales para seguir con sus trabajos independientes.

Francis García renta a particulares su equipo de producción. Sonia González hace videos propagandísticos. Carlos Mendoza obtiene recursos de sus clases en el CUEC —al principio realizó comerciales, a los que afirma no volverá a recurrir.

Sarah Minter ha producido series para televisión, algunos promocionales y trabajos para grupos de danza y teatro. Andrea Di Castro ha laborado en la Unidad de Televisión Edu-

cativa y Cultural (UTECH), la Unidad de Producciones Audiovisuales del CONACULTA y, en organismos como la UNICEF, FUNDECAI, la Secretaría de Salud y la Secretaría de Educación Pública.

El grupo de María Victoria Llamas ha financiado sus videos gracias a los servicios de promoción, capacitación, investigación, entre otros, que ofrece.

El colectivo Fuego Nuevo inició con aportes monetarios personales ganados en actividades diferentes. También obtuvieron recursos en producciones de tipo comercial, y de las aportaciones hechas por las organizaciones en las cuales trabajan.

Por su parte, Pablo Gaytán, de Komunidad Audiovisual, - señala:

"Como no tenemos nombre para que nos financien con dinero, pues es sobre la misma sobrevivencia, aunque nuestra actual experiencia con Barro Rojo [grupo de danza para el cual hacen videos] nos está financiando, por lo menos lo básico de su trabajo". (77)

El lo considera, un caso excepcional y a la vez una propuesta: "Nadie obtiene dinero de otro grupo cultural para hacer un trabajo cultural, es una experiencia distinta". (78) - La califica de experiencia feliz, a diferencia de los videoastas que se consideran independientes o alternativos.

Alberto Roblest y César Lizárraga de Video Dos, financian sus realizaciones por medio de grabaciones a grupos de danza como Utopía Inc. y Tiempo de bailar, a los conjuntos musicales: Son mexicano progresivo, 0720 Aleación y La Cruz. También hacen videos para escuelas privadas y desempeñan actividades relacionadas con su carrera. (79)

Carlos Salom invierte el dinero que gana como fotógrafo. Lo hace "por amor al arte", al producir no piensa vender su obra. (80)

El video independiente en el Distrito Federal, hasta el momento, no es autofinanciable porque todavía no existen los mecanismos apropiados para su comercialización. Los realizadores entrevistados aún dependen de recursos provenientes de otras fuentes y de la buena voluntad de los participantes.

Este factor ha incidido en una producción lenta, porque la gente desempeña distintas labores para sobrevivir. Otros proyectos no se consolidan o solamente se termina un trabajo.

Para los nuevos creadores, la falta de recursos financieros impide el acceso a formatos profesionales y a la computación, por lo que tampoco es posible la comercialización. Y aleja la posibilidad de una transmisión televisiva. Carlos Salom ejemplifica:

"Para llegar a trabajar con formatos profesionales, con máquinas grandes, capaces de hacer efectos que puedes imaginar,

el acceso es por dinero y en realidad a uno no le reditda estar pagando esas cantidades, cuando con eso puedes producir otros videos a nivel más casero, pero -- también buenos". (81)

El videoasta se enfrenta al desgaste de su equipo, y como casi todo es de importación los costos aumentan. Tener la mínima infraestructura y producir, se traduce en varios millones de pesos.

¿Cuánto cuesta una producción como "Nadie es inocente"? Sarah Minter hace cálculos y explica: "...a pesar de que sea la producción más pobre de la tierra, de 10 a 20 millones y eso pensando en que tienes equipo". (82)

En esta cotización se tomaron en cuenta los sueldos -- aproximados que cobraría cada uno de los participantes. También los gastos menores pero forzosos: compra de videocassetes --se usaron 30 más o menos--; gasolina, viáticos; comidas que pueden ser desde tortas hasta algo más formal; cuando se graba fuera del Distrito Federal, pago de cassetas, hotel y comida; luces, filtros, etc.

Sarah Minter tiene equipo de grabación y edición en 3/4. Por un lado, le ahorra el alquiler de esos servicios, mientras por otro, obliga a pagos de mantenimiento y en ocasiones de compostura. Además, a los principales protagonistas, se les pagó para que pudieran cubrir sus necesidades durante el tiempo dedicado a la grabación.

El cineasta Carlos González Morantes dice:

"Hay mucho mito en torno al vídeo. El vídeo para realizarse como vídeo, hay -- que sacar las cámaras, hay que emplear -- una infraestructura más pesada de producción, de personal, todo esto no lo hace tan barato, es decir, estamos hablando -- de vídeo en 3/4". (83)

Ante las carencias económicas, Sarah Minter propone establecer ciertas políticas para hacer rentable el vídeo independiente:

- Recuperación económica por concepto de utilización de vídeo con base en un cobro mínimo o máximo.
- Que el trabajo del videoasta no termine cuando acabe su producto, eso es la primera fase; debe buscar su - difusión y comercialización.

Sarah Minter concluye:

"Creo que eso es lo que hay que trabajar, que el vídeo sea rentable, si no está en extinción y apenas empieza. No puedes seguir produciendo y produciendo si no es rentable". (84)

3.3.2. ORGANIZACION

La falta de organización entre los videoastas independientes se ha convertido en uno de sus principales problemas. Varios son los motivos:

El video es un medio de comunicación reciente. Por lo tanto los productores están aislados, la mayoría no se conoce porque desempeñan múltiples actividades y no es prioritario enterarse del trabajo ajeno cuando no se puede finalizar el propio.

El poco número de muestras, encuentros, festivales, reuniones o concursos, arraiga el individualismo y la falta de comunicación entre quienes tienen, inquietudes, experiencias y propuestas semejantes.

Andrea Di Castro dice que no hay problemas de organización entre los realizadores, porque simplemente ésta no existe y advierte:

"El problema empezaría cuando estén juntos, más en agrupaciones, entonces ahí sí se van a suscitar muchos problemas -- porque mucha gente considera al video -- únicamente como un soporte documental -- del hombre y de su tiempo, ¿cómo sobrevive?, ¿cómo se enfrenta a la naturaleza? y creemos que el video es más que eso".
(85)

La diversidad de interpretaciones sobre lo que es y para qué sirve el video impide, en esencia, la organización.

Por otro lado, Juan Carlos García del colectivo Fuego - Nuevo, dice que se persiguen objetivos distintos. También -- así lo considera María Victoria Llamas. Pero, tal vez los -- distintos grupos tienen propuestas, facilidades para brindarse apoyo de cámaras, lámparas, edición...

Francis García asegura que ya se da la organización, -- hay mucha gente interesada en ella. Como ejemplo hoy se realizan más eventos que hace diez años.

Hay unificación en ciertos grupos. En videoarte, Carlos Salom comentó que algunos de sus compañeros se reúnen en pequeñas mesas redondas para presenciar estrenos o discutir algunos temas del video, en domicilios particulares.

La organización entre videoastas puede ser útil para:

- Continuar con el préstamo o mínimo cobro por el uso de equipo. Redes Cine Video lo hace con proyectos moderados.
- Tener periódicamente cursos de capacitación e intercambio de experiencias críticas y de esta forma retroalimentar el trabajo.
- Organizar constantemente muestras del video. Pablo Gaytán propone:

"Lo que hace falta es confrontar tu trabajo con el de otras entidades, otros espacios culturales. Lo que hace falta -- son encuentros pero de trabajo, no de ponencias. La crítica de los creadores es más importante que la de los críticos -- desinformados. Creo que a partir de ahí se puede crear un movimiento estético, -- de lenguajes que hagan una propuesta propia". (86)

- Difundir todas las vertientes del video en los otros medios de comunicación. Darlo a conocer a mayor número

- ro de gente sin confundirla con cine y televisión.
- Aprovechar más los espacios de difusión existentes, - así como crear otros, sobre todo independientes.
 - Tener más presencia en encuentros, concursos y festivales internacionales.
 - Ubicar mercados y vender.

Sarah Minter ha iniciado esta labor, al revisar el material de la Primera Bienal de Video y al tratar con especialistas de otros países para conocer su organización y forma de trabajo.

Varios videoastas ya se han reunido a discutir estos y otros temas, no son nuevas las demandas. Pero hasta el momento sólo han tenido resonancia en el Primer Festival de Videofilme (1986) y durante la ya mencionada Bienal (1990). (*)

3.3.3. DIFUSION

Otro problema del videoasta independiente, es la falta de difusión de sus trabajos.

(*) Del 25 al 27 de septiembre se llevó a cabo la Primera Muestra Regional de Video independiente. Sólo participaron productores de Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Querétaro y San Luis Potosí. Asimismo, en noviembre de 1991, se celebró la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, Jalisco, donde se desarrolló la VideoFilVideo, bajo la coordinación de Rafael Corkidi.

Algunas veces el video es un producto personal o colectivo que en ocasiones parece hecho sin pensar en el público. En otras, éste es difícil de encontrar porque aún no existen los espacios suficientes ni adecuados para mostrar sus diversas manifestaciones.

Un monitor y una videocassettera se convierten en canal de difusión —como afirma Pablo Gaytán— y por eso las salas de los hogares han sido los sitios de estreno.

Francis García piensa que en cuanto se termina un trabajo, debe mostrarse, al principio con los "cuates", ellos mismos pueden vincular con alguna colonia, universidad o grupo cultural. (87)

Lo importante es darse a conocer, aprovechar cualquier espacio y convertirlo en un canal de difusión. Francis trata de colocar sus producciones y coproducciones, en asociaciones culturales, escuelas, comunidades, salas de arte. -- Tiene una lista de cien grupos.

Los lugares donde se difunde el video están determinados por el tipo de producción: para el videoarte lo adecuado es un museo, casa de cultura, universidad, galería y muy recientemente las videosalas y el Salón de la Plástica Mexicana. Algunas veces usan al videoarte como relleno de la obra plástica —de acuerdo con la experiencia de Carlos Salom. - Así fue constatado durante las ponencias sobre comunicación

alternativa y arte que se realizaron en el IFAL. Las muestras de videoarte se hicieron en un espacio inadecuado. Tampoco dieron constancias a los participantes.

César Lizárraga menciona que ya tiene un público cautivo, sin embargo, el videoarte sigue en la búsqueda de un lenguaje. Hasta el momento en el Distrito Federal hay un solo sitio que organiza con cierta periodicidad ciclos de videoarte: la galería de arte "La Agencia".

Para el video ficción y documental el panorama es similar, tal vez una ventaja es que su auditorio no está limitado a un sector muy especializado.

Sus opciones de difusión están en universidades, videosalas, casas de cultura, organizaciones vecinales.

Al colectivo Fuego Nuevo, no le interesa la difusión -- por los canales oficiales (videosalas, casas de cultura, - - etc.) y se limitan a las organizaciones que tienen contactadas, en este caso de trabajadores.

De los grupos entrevistados, éste tiene el objetivo de difundir sus realizaciones y para el efecto, organiza circuitos de comunicación que llama popular y da cabida a otro tipo de materiales del mismo corte y varias nacionalidades.

Juan Carlos García explica:

"Si nos dicen, bueno y ¿por qué no lo --
presentan en Bellas Artes? [se refiere a

sus producciones]. Si vamos a una presentación allá con obreros de "La Favorita", los maestros de Oaxaca, los obreros de Cananea, pues a Bellas Artes ¿no?, pero para ese público. Nuestro trabajo no nos interesa presentarlo en Bellas Artes para el público de clase media que no va a saber de qué estamos hablando". (88)

Esta idea reduce las posibilidades de difusión y prejuiza a un público que tal vez necesite conocer esas realidades.

Caso aparte es el Canal 6 de Julio, cuyos videos políticos: Crónica de un fraude y Modernidad bárbara participaron en la Primera Bienal de Video e hicieron que la censura resaltara como una causa importante que impide la difusión.

Carlos Mendoza considera aceptable la difusión de sus videos, a pesar que desde 1988 ha sido negado el registro legal a Crónica de un fraude.

Mendoza agrega:

"La distribución de mano en mano, el copiado pirata y la iniciativa de muchos ciudadanos que lo difunden por su cuenta ha multiplicado el número de espectadores". (89)

También hacen exhibiciones en la calle y han llegado a presentar estrenos en cines, además de lograr la venta directa de videocassettes. Carlos Mendoza calcula que dos millones de personas han visto Crónica de un fraude. "Detectamos, por ejemplo, que de una sola copia que nosotros distribuimos se sacaron cien copias piratas. No es la media, pero hay casos". (90)

Paradójicamente, la piratería ha estimulado la difusión del video independiente. Es motivada por el gobierno, al -- censurar el trabajo e impedir el registro.

Con base en las experiencias narradas, se puede afirmar que los videoastas independientes no han hecho los esfuerzos suficientes para difundir su trabajo. Eso también es resultado de la desorganización. Francia García afirma que hay - un pantano en la difusión, acepta que los productores no han sabido llegar al mercado. (91)

Desconocen o no acuden a los sitios de exhibición, o a festivales. Muy pocos se animan a tratar de venderlos en -- contados videoclubes que les dan cabida. Por ejemplo: El Juglar o Librería Opción.

María Victoria Llamas intentó la venta de 600 de sus videos —4 títulos diferentes—, los distribuyó en la cadena - de tiendas Aurrerá, los dejó en consignación y en tres meses, apenas vendió 10.

Ella lo atribuye a la falta de publicidad, como no es un producto de Televisa a nadie importa. Sus pérdidas son significativas, pero su desencanto es más. Ni en el Programa de Videotecas Públicas del CONACULTA, ha aceptado su - propuesta de difundir videos educativos, y se prefiere pagar importantes sumas de dinero por la adquisición de joyas cine matográficas. Ahora los Educaset etiquetados, están amontonados en un rincón de su oficina... (92)

María Victoria agrega:

"...lo que estamos haciendo es distribuir dos títulos [La muerte viva y Piñatas, posadas y pastorelas], hasta el momento, a través de esa compañía norteamericana que distribuye material cultural a las bibliotecas y las universidades de Estados Unidos. Se están distribuyendo en inglés y en español". (93)

El caso de Sonia González es más alentador, en cine nunca recuperó y por hacer video cuando menos no ha perdido. - Piensa que los videoastas sí conocen su mercado y sus posibles clientes. (94)

Falta trabajar más en la difusión, no conformarse con observar el producto en casa, ni cerrarse a públicos exclusivos.

Al respecto, Elena García Jasso escribe:

"Una última reflexión en este ámbito [so bre el video independiente] es que si su conformación actual es heterogénea, atomizada en su mayoría, y en muchos casos asistemática, se debe a factores múltiples, entre los que cabe destacar:

- a) La falta de canales adecuados de difusión y distribución.
- b) La carencia de foros, y especialmente de foros civiles.
- c) La escasez de mecanismos sistemáticos de información y análisis.
- d) La insuficiencia de promotores, gestores y agentes que vinculen y aglutinen desde una perspectiva amplia, las manifestaciones del video, sin que ello implique limitar su expresión". (95)

Es conveniente anotar que la difusión se limita por la falta de una legislación que permita y aliente la libre circulación del video.

Este debe ser un punto nodal para iniciar la organización de los productores independientes. Ellos deben participar con propuestas resultado de su experiencia.

Sarah Minter expuso durante la Primera Bienal de Video, la necesidad de una legislación para proteger la producción independiente, evitar la censura y crear nuevas opciones para la difusión. (96)

Carlos Mendoza, por su parte, opinó que sería mejor no legislar al respecto:

"Viendo lo que sucede actualmente, a lo mejor agarran el parámetro del Canal 6 - de Julio y ya se amoló todo, y no me refiero a sólo el problema del video político, sino al problema de todo el video independiente". (97)

Para registrar un video, es requisito llevarlo al Registro Público Cinematográfico, dependiente de RTC de la Secretaría de Gobernación, el cual está facultado para revisar el contenido y determinar el reconocimiento —condición fundamental para su difusión y comercialización.

Como se anotó en el capítulo II, la industria del video está totalmente cerrada a las producciones que no sean comerciales. Por tanto, los videoclubes no ofrecen ninguna opción.

3.4. OPCIONES PARA SU DIFUSION

Del 17 al 23 de octubre de 1986 Redes Cine Video y Rafael Corkidi llevaron a cabo la Primera Muestra de Video Filme —pionera en su tipo a nivel nacional.

El evento tuvo lugar en la librería El Agora, ahí se conocieron y reunieron varios productores independientes. Se despertó el interés y también comenzaron los reconocimientos para este medio.

Sarah Minter, ganadora del primer lugar con Nadie es inocente, considera que esa muestra logró darle importancia al video, distinguirlo del cine y la televisión. (98) Asimismo, no tiene precedentes porque hasta la fecha no se ha organizado otra muestra de manera independiente.

Cuatro años después, del 4 al 10 de septiembre, se verificó la Primera Bienal Internacional de Video México 1990. — Realizada por el CONACULTA a través de la Unidad de Producciones Audiovisuales, y la UNAM, por medio de TV UNAM, con el apoyo de RTC y de la Dirección de Actividades Sociales, — Culturales y Turísticas (Socicultur) del Departamento del Distrito Federal. Rafael Corkidi presidió el comité organizador.

Las videosalas Tlacuilo y Edison de la Cineteca Nacional, fueron las sedes designadas para el evento —mismas que

nunca se inauguraron. Para sustituirlas se acondicionaron dos estudios de TV UNAM como foros.

Sonia González, quien junto con Florence Toussaint, Juan Mora y Patricia Vega formaron parte del jurado en dicha Bienal, opina:

"Yo sí creo que fue una falta de madurez política el no negociar lo que había que negociar y abrir esas dos salas porque era el principio para incluso abrir un chorro de salas independientes también. Al perder la primera sala, perdimos la posibilidad de negociar, y en tanto no se legisle tenemos todavía la posibilidad de abrirlas". (99)

Concuraron 284 trabajos, de los cuales se exhibieron 97 en el programa oficial. En el paralelo fue presentada una muestra de videos chicanos, una selección de videoarte del Museo de Arte de Nueva York, se estrenó Forjadores del video y fueron dictadas las siguientes conferencias: "Sonido digital", "Nuevas tecnologías del video", "Video independiente", "El cine, la televisión y el video", "El marco jurídico del video", "La producción y distribución del video", "Diseño por computadora" y "El video en las escuelas de cine y comunicación". Además, se hizo un homenaje póstumo a la videoartista Pola Weiss.

Elena García Jasso anota:

"El 21% de los materiales ahí recibidos, provenían de grupos y personas independientes. Y no obstante que este porcen-

taje fue duplicado por la participación de materiales del sector institucional - (48%), estableció un parámetro importante para cuantificar y calificar el desarrollo de este frente". (100)

La Primera Bienal de Video despertó e hizo pública la - censura gubernamental, a pesar de que el evento era oficial. Así, el Estado evidenció su temor ante este medio de comunicación. Por una parte lo apoyó, mientras al final pretendió restarle importancia.

Oscar Menéndez, cineasta y videoasta, considera que la realización de este encuentro fue la respuesta del gobierno a los productores de video, para examinar los materiales producidos en el país y poder evaluarlos técnica, estética y política. (101)

La Bienal también fue la pauta para crear espacios de - la difusión del video. El primero, la videosala Pola Weiss inaugurada durante la clausura de la Bienal. Esta apertura fue un acto de mero formalismo porque luego de contados vi-deociclos, hasta la fecha sólo está la placa alusiva. El - espacio se convirtió en sala de usos múltiples.

Patricia Cano, encargada del área, dio a conocer que -- por el momento no hay plan, nada. (102) Sólo el recuerdo de un proyecto muy aplaudido...

El 27 de septiembre de 1990, fue inaugurada la videosa-
la de la Nueva Creación, propuesta y apoyada por el CONACUL

TA, a través del Programa Cultural para Jóvenes.

Esta sala cobra importancia porque es la primera en el Distrito Federal con programación permanente —pasan videos los jueves y viernes. Pablo Gaytán dice que surge como una necesidad de los productores de video en nuestro país. "La idea es difundir todo lo que se está produciendo, todo lo producido y todo lo que producirán los jóvenes videocastas — que tengan entre 16 y 32 años". (103)

Los criterios de selección se basan en el límite de edad y a nivel técnico en que los trabajos se puedan ver y oír. Pablo calcula que de septiembre de 1990 a junio del 91 han sido proyectados 80 videos. (104)

De acuerdo con su experiencia, considera que sí hay un público potencial de video, aunque también depende de la programación:

"El año pasado pasamos videoarte y fue mucha labor para que sintiera la gente, pero hicimos un ciclo que se llamaba Jóvenes, Video y Rock y las cuatro semanas estuvo hasta el gorro". (105)

Por tanto, la videosala se convierte en una necesidad para los realizadores y también para el público. Pablo Gaytán analiza:

"Es un espacio propio, tampoco me atrevo a hablar de lo mejor, ni lo alternativo. Porque si nos damos cuenta, las únicas dos videosalas que existen (él — considera únicas a la que preside y a la

González Camarena de la Universidad de - Guadalajara) pues no son realmente alternativas en el sentido de que sean creadas por los propios creadores y sostenidas por ellos mismos, porque finalmente están dos instituciones". (106)

El programa de video del CONACULTA se extiende al proyecto de videoclub rotativo de la Nueva Creación. En la Videosala de la Nueva Creación se estrenan los trabajos y después son pasados en la Universidad Autónoma de Chapingo, en el café del videoarte en el Museo Carrillo Gil, en una casa de la cultura de Iztapalapa, en el Centro Cultural Leandro - Valle, en la Universidad Autónoma Metropolitana (Iztapalapa), en la Casa de la Cultura de los Siete Barrios en Iztacalco y en el Centro Comunitario de Culhuacán. (*)

Para difundir las programaciones se imprimen dípticos o trípticos, carteles y folletos. También es muy común que al quien recomiende un video.

Cabe mencionar que la difusión de los programas en las

(*) Es importante mencionar la opinión que Andrea Di Castro tiene acerca de las videosalas: "...la videosala es un espacio muy bueno para difundir el trabajo, pero también es muy peligroso. Es muy peligroso porque nos acostumbra a relacionarnos con el video de una manera tradicional, sentados frente a una pantalla y a ver la programación. Es una manera también y muy válida, y muy sana y muy loable que se esté haciendo eso. El video es mucho más que eso, porque le permite al espectador-operador manipular la cassettera e interrumpir el tiempo del relato. Es decir, el relato ha sido estructurado a través de un desarrollo temporal. Nosotros lo podemos detener e ir para atrás y volver a ver la imagen si hay algo que no nos quedó claro". (107)

videosalas, es insuficiente a pesar del financiamiento gubernamental y de las posibilidades que se tienen en prensa, radio y televisión, si se considera el pago de tiempo oficial.

Tampoco se toman en cuenta espacios en el Sistema de -- Transporte Colectivo, escuelas, mercados o centros laborales. Sólo por mencionar algunos sitios.

Por otro lado, la galería de Arte "La Agencia" se ha dedicado a promover el videoarte en ciclos iniciados en el Primer Salón de Videoarte, efectuado en agosto de 1990. Adolfo Patiño, dueño del lugar, explicó que desde entonces incluyen el trabajo de uno o dos videoastas junto al de pintores, dibujantes y escultores. (108)

"La Agencia" financía las presentaciones de videoarte, gracias a lo recaudado por la venta de cuadros, y al dinero aportado por la iniciativa privada.

Su proyecto pretende promover el video y a largo plazo integrar un videoclub comercial donde se encuentren todos -- los géneros; cada miembro pagaría una membresía. También -- quieren realizar intercambios de videos con universidades nacionales y norteamericanas.

Con respecto al público, Adolfo acepta que debe conocer las artes: "Es triste saber que en una ciudad con 20 millones de habitantes, tengan [las videosalas] un público que no equivale ni a 200 gentes". (109)

Esta galería difunde sus videoeventos por medio de carteles e invitaciones gráficas y personales. Cualquiera videoartista tiene un espacio en "La Agencia", y aun si su trabajo no es experimental, pero como documento es sobresaliente, aquí encuentra exhibición, aseguró el señor Patiño.

Las opciones para difundir video independiente han aumentado desde finales de 1990.

Debe aclararse que antes ya existían sitios como la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), donde tienen un catálogo de materiales latinoamericanos. Organizan ciclos y convierten la sala del departamento en una videosal. Su público es heterogéneo, compuesto por trabajadores, amas de casa, estudiantes e intelectuales. La difusión de sus videos es mínima.

La Casa de Chile también proyecta videos, sin ninguna difusión. Lo mismo el Centro de Comunicación Javier, dirigido por la Orden Jesuita, cuyos materiales latinoamericanos —que tratan sobre problemas políticos y sociales— se difunden en la misma sede, así como en universidades.

De los foros más recientes están: La Unión de Vecinos y Damnificados 19 de septiembre —con un patio techado donde instalan sillas y monitor—, el Museo de Culturas Populares, el Audiovideorama del Parque Hundido —donde se pasan videos de corte cultural.

El reportero Oscar Flores Martínez, escribe sobre este singular espacio:

"...tiene como base un material grabado en 130 discos compactos, 30 videocassetes super ocho, 72 cintas de carrete, 47 videodiscos láser y 15 cintas audiodigitales". (110)

Entre otros sitios ocasionalmente habilitados para mostrar videos están: el auditorio del Sindicato de Trabajadores de la Educación, el cine Relox —donde fue estrenado Crónica de un fraude— el Centro de Comunicación Social A.C. -- (CENCOS), la Casa Cuba, el Foro Abierto de la Casa del Lago o la Casa de la Cultura de Santo Domingo. También hay salas de video en la primera sección del Bosque de Chapultepec y en el Museo Rufino Tamayo, donde Andrea Di Castro presentó una videoinstalación.

En agosto de 1991 fue creado Videar, con sede en la videosala de la Casa del Poeta. Videar, como lo difunde su tríptico

"Es un grupo dedicado a la promoción, estudio y desarrollo de la comunicación audiovisual. Promueve y difunde experiencias y producciones audiovisuales de grupos y organismos mexicanos y latinoamericanos, impulsando y aportando espacios para la expresión creativa, social, educativa y científica". (111)

Videar ofrece los servicios de información, producción y coproducción, eventos especiales (conferencias, seminarios, encuentros, etc.), distribución, capacitación y actualiza-

ción, videosala, muestras audiovisuales, investigación y análisis. (112)

Este grupo está apoyado por Socicultur. Lo encabezan Elena García Jasso y Pablo Gaytán. Es el primero en su tipo creado en el Distrito Federal, y que incorpora la investigación como una de sus múltiples tareas.

Algunos productores de video independiente han encontrado difusión en eventos como: el Cuarto Simposium Nacional de Artes Visuales —de la Universidad de Nuevo León—, el Salón de la Plástica Mexicana, en las retrospectivas del Conacyt —que aceptan documentos sociales—, así como en los festivales nacionales de cine y video científico.

Del 23 de noviembre al 1° de diciembre de este año, en el marco de la Feria Internacional del Libro (FIL) de Guadalajara, Jalisco se llevará a cabo la VideoFilVideo, bajo la coordinación de Rafael Corkidi.

VideoFilVideo no sólo será un concurso y muestra de video, también reunirá a personas interesadas en adquirir las producciones que ahí se exhiban. La tarea es conquistar espacios en la televisión, el cable y los videoclubes.

Esta nueva idea se convierte en una opción de comercializar el video. Cuestión que debió tomarse en cuenta durante la Bienal celebrada en la ciudad de México, como lo consideró Patricia Vega.

A nivel internacional, se ofrecen posibilidades de difusión en: el Festival de Cine y Video —que se realiza en Cuba—, el de la Unión Latinoamericana y del Caribe de Radiodifusión (ULCRA), que de dos años a la fecha se ha celebrado en México. Así como en el Encuentro Latinoamericano de Video, que se lleva a cabo en diversos países de la región —y en el cual México no ha tenido una participación activa. En Montevideo 90 sólo envió dos ponencias relacionadas con televisión.

En el Documento Final del III Encuentro Latinoamericano de Video quedó asentada una nota que dice:

"En el caso de México se ha mandatado 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 [Latinoamericana]". (113)

También es factible que se difundan videos experimentales en el Museo de Arte de Nueva York, en el Centro Internacional de Video para América Latina de Quebec, Canadá. Así como en la próxima Jornada de Televisión y Video Mexicano -- que se llevará a cabo en París, Francia en 1992.

Desde 1987 se edita en Perú, Videored, revista latinoamericana especializada en audiovisuales, que tiene un catálogo de miembros con los cuales es posible el intercambio.

El video, como ya fue aclarado, no es un programa de televisión, pero sí puede usar este medio masivo. Pablo Gaytán argumenta:

"Con la restructuración del Canal Once - no han abierto un espacio para el video, son puros espacios para la televisión y cierto tipo de televisión, y en el proyecto del Canal 22 parece ser que lo - - quieren contemplar pero sin los productos de televisión [se refiere al tiempo en que se reunieron solamente teóricos - para proponer al gobierno un canal cultural], menos los de video. Somos realmente, a ese nivel, marginales".(114)

Sarah Minter acepta que no puede culpar a la televisión de no transmitir sus videos, porque nunca ha intentado insertarlos en ese espacio.

Sonia González dice que sería conveniente producir videos que puedan ser de interés general y por tanto televisados.

Carlos Mendoza disiente al respecto:

"Tal vez sí podríamos aspirar en otro momento a tener espacio en un canal de televisión, pero eso está muy lejano, creo que eso va atado al avance hacia la democracia en México, a que los medios, sobre todo la televisión, se democratizen realmente".(115)

Antes de concluir este apartado, debe mencionarse la necesidad de crear una videosala y un videoclub independientes, manejados por realizadores asociados, como propone Francis - García.

Pablo Gaytán afirma que el gobierno carece de recursos para seguir creando estos foros, que es la sociedad civil - la encargada de abrirlos.

En este caso es labor, primero, de los videoastas quienes deben crear la necesidad de apreciar video en estos sitios. Al respecto, la experiencia cubana ilustra: ahí se -- instalaron videosalas junto a los cines.

Obviamente, esto será posible si los productores se organizan, si superan las propuestas oficiales y toman más en cuenta al público. Deben buscar establecimientos donde lleven a cabo muestras y debates, permanentemente. La librería El Juglar es una primera opción, y como dice Pablo Gaytán, - se deben explotar los sitios existentes, aunque a buena parte de ellos sólo tienen acceso los jóvenes.

Las opciones para difundir el video independiente están limitadas a ciclos temporales, en lugares inadecuados y a la mínima o nula difusión.

Los videos deben trascender el localismo y buscar, además, su doble difusión: primero, en foros permanentes y al mismo tiempo, dar a conocer los eventos a través de carteles, volantes, los espacios ganados en la prensa, revistas, estaciones culturales de radio y los otorgados a la televisión - universitaria.

Es necesario anotar, que el gobierno otorga anualmente becas a videoastas, por medio del CONACULTA. Los Periodistas Cinematográficos de México (PECIME), dan un reconocimiento especial al mejor video amateur --lo cual incluye a los -

productores independientes— y la Universidad Intercontinental realiza su tercer Concurso Interuniversitario de Medios de Comunicación (CIMCO), donde el video ya ocupa una categoría y se toma en cuenta para la premiación.

NOTAS

1. Di Castro, Andrea. "Notas sobre el desarrollo del video". Documento original proporcionado por el autor, que antes fue publicado en la Revista 7 Cambio.
2. Ibidem.
3. García Jasso, Elena. "Itinerarios del video en México: algunas señales". Ponencia presentada durante la Sexta Reunión Nacional de AMIC.
4. Entrevista a Fernando Gajá, fotógrafo de cine, realizada por los autores en junio de 1991.
5. Mendizábal, Iván Rodrigo. "Breve historia del video boliviano". En Revista Videored, No. 9-10, Perú, diciembre de 1990, p. 12.
6. García G., Amine. "El video naciente medio de comunicación hecho por y para jóvenes". En El Universal, 20 de febrero de 1991.
7. Di Castro, Andrea, op.cit., p. 3.
8. Entrevista a Pablo Gaytán asesor de video del CNCA, realizada por los autores en mayo de 1991.
9. Entrevista a Sonia González, videoasta, realizada por los autores en abril de 1991.
10. Entrevista a Patricia Vega, periodista de La Jornada, - realizada por los autores en abril de 1991.
11. Di Castro, Andrea, op.cit., p. 5.

12. Entrevista a Francis García, directora de Redes Cine-Vídeo, realizada por los autores en junio de 1991.
13. Ibidem.
14. Ibidem.
15. Ibidem.
16. Ibidem.
17. Entrevista a Sonia González, antes citada.
18. Ibidem.
19. Ibidem.
20. Ibidem.
21. Ibidem.
22. Vega, Patricia. "El periodista de hoy se involucra menos con la relación humana: Poniatowska", La Jornada, - México, D.F., 28 de agosto de 1991.
23. González, Ana Marfa. "Gira queja contra Imevisión la -- Academia de los Derechos Humanos", La Jornada, México, D.F., 28 de julio de 1991, p. 40.
24. Monsiváis, Carlos. "Sobre la libertad de expresión", La Jornada, México, D.F., 21 de enero de 1991.
25. Mendoza, Carlos. En su participación en la mesa redonda, "La comunicación alternativa: cuestionamientos", realizada en el IFAL el 26 de junio de 1991.

26. Corkidi, Rafael. En su participación en la mesa redonda, "Video, Cine y Televisión" durante la Primera Bienal de Video, el 5 de septiembre de 1990.
27. Ramírez, Luis Enrique. "El video la opción para hacer - cine sin autocensura...", El Financiero, México, D.F., 13 de agosto de 1991.
28. Ibidem.
29. Mejía Barquera, Fernando. "Canal 6 de Julio", El Nacional, México, D.F., 10 de agosto de 1989.
30. García, Sergio. Texto leído en la mesa redonda "De cine asta a videoasta", durante las jornadas de Video Alternativo en el museo Carrillo Gil, el 6 de marzo de 1991.
31. Entrevista a María Victoria Llamas, fundadora del grupo Ma. Victoria Llamas y Asociados, realizada por los autores en julio de 1991.
32. Ibidem.
33. Ibidem.
34. Toussaint, Florence. "México 90, Primera Bienal de Video", Revista Dicine, No. 37, noviembre de 1990, p. 10.
35. Entrevista a Juan Carlos García del grupo Fuego Nuevo, realizada por los autores en agosto de 1991.
36. Ibidem.
37. Ibidem.
38. Ibidem.

39. Entrevista a Sarah Minter, videoasta, realizada por los autores en junio de 1991.
40. Barbero, Martín. Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista, - PELAFACS, GG, s/f, p. 64.
41. Entrevista a Sarah Minter, antes citada.
42. Ibidem.
43. Ibidem.
44. Ibidem.
45. Ibidem.
46. Boyle, Deirdre. Video, International Encyclopedia of - Communications, vol. 4, Oxford University Press, 1989, p. 285.
47. Entrevista a Pablo Gaytán, videoasta, realizada por los autores en mayo de 1991.
48. Entrevista a Adolfo Patiño, dueño de la galería de arte La Agencia, realizada por los autores en julio de 1991.
49. Rivera, Héctor. "Murió Pola Weiss y con ella lo mejor - del videoarte en México", en Proceso, No. 708, México, D.F., 28 de mayo de 1990, p. 51.
50. Roblest, Alberto. "Video y otras cuestiones sobre el me - dio", Topodrilo, No. 15, México, D.F., p. 48.
51. Rivera, Héctor, op.cit.

52. Entrevista realizada a Servando Gajá, antes citada.
53. Roblest, Alberto, op.cit., p. 48.
54. Corkidi, Rafael, antes citada.
55. Ibidem.
56. Entrevista a Sonia González, antes citada.
57. Corkidi, Rafael, participación antes citada.
58. Entrevista a Sonia González, antes citada.
59. Corkidi, Rafael, participación antes citada.
60. "Corkidi impulsa en Guadalajara el Centro de Experimentación de Video", Proceso, No. 743, 28 de enero de - - 1991, p. 50.
61. Toussaint, Florence. "Video", en Proceso, No. 724, 17 - de septiembre de 1990, p. 55.
62. "Corkidi impulsa en Guadalajara...", op.cit., p. 50.
63. Entrevista a Andrea Di Castro, videoasta, realizada por los autores en junio de 1991.
64. Ibidem.
65. Entrevista a César Lizárraga, integrante de Video Dos, realizada por los autores en julio de 1991.
66. Ibidem.

67. Ibidem.
68. Entrevista a Carlos Salom, videoasta, realizada por los autores en julio de 1991.
69. Ibidem.
70. Ibidem.
71. Salom, Carlos. Texto escrito en el tríptico de presentación de su obra en La Agencia, julio de 1991.
72. Entrevista realizada a Pablo Gaytán, antes citada.
73. Ibidem.
74. Ibidem.
75. Ibidem.
76. Ibidem.
77. Entrevista a Pablo Gaytán, antes citada.
78. Ibidem.
79. Entrevista a César Lizárraga, antes citada.
80. Entrevista a Carlos Salom, antes citada.
81. Ibidem.
82. Entrevista a Sarah Minter, antes citada.

83. Entrevista al cineasta Carlos González Morantes, realizada por los autores en julio de 1991.
84. Entrevista a Sarah Minter, antes citada.
85. Entrevista a Andrea Di Castro, antes citada.
86. Entrevista a Pablo Gaytán, antes citada.
87. Entrevista a Francis García, antes citada.
88. Entrevista a Juan Carlos García, antes citada.
89. Mendoza Carlos. Participación en "La comunicación alternativa", antes citada.
90. Ramírez, Luis Enrique. "El video, la opción para...", - op.cit.
91. Entrevista a Francis García, antes citada.
92. Entrevista a María Victoria Llamas, antes citada.
93. Ibidem.
94. Entrevista a Sonia González, antes citada.
95. García Jasso, Elena, op.cit.,
96. Minter, Sarah. Participación en la mesa redonda "El video independiente", durante la Primera Bienal de Video en México, el 5 de septiembre de 1990.

97. Mendoza, Carlos. Participación en la mesa redonda "El video independiente", durante la Primera Bienal de Video en México, el 5 de septiembre de 1990.
98. Entrevista a Sarah Minter, antes citada.
99. Entrevista a Sonia González, antes citada.
100. García Jasso, Elena. "Itinerarios del...", op.cit.
101. Menéndez, Oscar. "Hacia un video alternativo". Ponencia presentada durante la Sexta Reunión Nacional de AMIC.
102. Entrevista a Patricia Cano, encargada de la Videosala -- Pola Weiss, realizada por los autores en junio de 1991.
103. Entrevista a Pablo Gaytán, antes citada.
104. Ibidem.
105. Ibidem.
106. Ibidem.
107. Entrevista a Andrea Di Castro, antes citada.
108. Entrevista a Alejandro Patiño, antes citada.
109. Ibidem.
110. Flores Martínez, Oscar. "La cultura a través del video", en El Universal, México, D.F., 29 de marzo de 1991.
111. Tríptico de presentación de los servicios que ofrece - Videar.

112. Ibidem.
113. III Encuentro Latinoamericano de Video. Documento Final, Lima Perú, p. 24.
114. Entrevista a Pablo Gaytán, antes citada.
115. Ramírez, Luis Enrique. op.cit., p. 45.

CONCLUSIONES

Con menos de cincuenta años de existencia, el video como medio y como nueva tecnología ha logrado un avance amplio y sostenido. Inclusive esa acelerada evolución técnica carece de precedentes en el campo de las imágenes.

Debido a su juventud ha estado envuelto en una esfera - de indefinición y de confusión con otros medios.

Sus características técnicas, pensadas para el gran público, han hecho más accesible su uso. Hasta los no especialistas pueden oprimir un botón, encender el aparato, introducir un cassette, hacer correr la cinta y reproducir o grabar. Es decir, saben manejar el equipo, pero no producir mensajes audiovisuales. Lo cual algunas veces ha provocado la escasa evolución del panorama audiovisual.

En el caso de la reproducción de cintas previamente grabadas, el usuario en ocasiones carece de la preparación adecuada para elegir los materiales con una actitud crítica.

Por eso, es urgente que ante la revolución videográfica del momento, surja paralelamente un programa de capacitación, técnica y teórica, aun para algunos de los que se consideran videoastas. Tal vez dicha tarea podría estar en manos de -- universidades e instituciones que tengan que ver con el medio.

Entre mejor conocimiento se tenga sobre su lenguaje, habrá más posibilidades de jugar, romper las reglas, pero de crear productos de calidad que merezcan ser vistos y escuchados y que se conviertan en un aporte a la cultura audiovisual del Distrito Federal.

Por otra parte el video como medio diferente a la televisión y al cine, está forjando su propio lenguaje, sus propios géneros y sus propios usos.

Sería erróneo tratar de separar de su lenguaje el aspecto tecnológico, también de él se nutre y determina su diferencia con respecto al cine y la televisión. Indudablemente de ambos, y también de la fotografía, ha tomado aspectos estructurales y narrativos. Sin embargo, su naturaleza distinta —forma de realización, planeación, temas, escenarios, locaciones, protagonistas, equipo y canales de difusión— ha marcado su rumbo.

Asimismo, deben considerarse diferentes parámetros para no tratar de evaluarlo o analizarlo técnica, estilística, teórica, ni expresivamente con los mismos criterios que el cine y la televisión.

Originado en los países desarrollados, la expansión de las grandes corporaciones japonesas, lo han llevado a casi todas las regiones del mundo. Incluso en los países donde mayores dificultades económicas se enfrentan, la adopción de

las videograbadoras, videocámaras y sus múltiples derivados ha sido elevada.

Desde su fabricación ya están pensados los usos de la tecnología video y en función de ellos se han diseñado. No obstante, al llegar a los países en vías de desarrollo adquiere peculiaridades propias de las condiciones económicas, políticas, sociales y culturales imperantes. El menor desarrollo económico y tecnológico no limita ni fragmenta la capacidad creativa y sí genera opciones diferentes.

El entretenimiento y el aspecto comercial son los más explotados. Al mismo tiempo se fortalece la tendencia de expresar y comunicar las realidades que diferencian, que duelen y que se viven día con día.

Este trabajo incluye información relativa al video que utiliza como soporte una cinta de plástico. Todavía no se ha logrado que los materiales videograbados en cinta perduren.

No obstante, a diario se modifican los modelos en circulación y se fabrican equipos con cualidades y funciones perfeccionadas.

Tal vez, a mediano plazo se encontrarán nuevos soportes —como el videodisco— que conserven las realizaciones durante más tiempo.

Mientras se escribía esto, seguramente la industria --

del video había hecho nuevos descubrimientos y sacado al -- gran mercado novedosos instrumentos que tendrán múltiples -- usos: comerciales, publicitarios, didácticos, artísticos y -- que tal vez favorezcan un proceso de expresión y comunica-- ción más rico.

En el caso de México el uso comercial de la videocasset -- tera y del videocassette es el predominante, como resultado de una industria basada en la distribución masiva de materia -- les cinematográficos transferidos a videocassette --errónea-- mente considerados como video.

Es importante aprovechar el material de calidad ofreci-- do por las industrias cinematográficas y del video.

El panorama de la industria del video es semejante al -- que presenta la radio y la televisión nacionales. No se vis -- lumbraba con tanta fuerza ningún proyecto aparte del comercial y peor aún se le trata de limitar a otra forma de diversión -- y entretenimiento.

El video ha sido explotado igual que sus antecesores. Sólo basta con revisar la cartelera cinematográfica, la pro -- gramación televisiva y la mayoría de títulos que ofrecen los videoclubes, para comprender esta semejanza.

Así que no son casuales: una ley en favor de intereses -- privados, el desarrollo de una industria ilegal del video, -- las facilidades arancelarias para importar maquinaria espe--

cializada y el crecimiento de videoclubes.

El "boom" que actualmente vive la industria del video comercial es parte de su proceso de maduración. Así lo hacen los conocedores del negocio, con base en el modelo norteamericano.

En el Distrito Federal ya hay representantes de compañías estadounidenses que despachan a toda Latinoamérica. México y Brasil son los vendedores más importantes de la región.

La industria del video en la ciudad de México crecerá más. Todavía falta explotar intensamente la demanda de los sectores sociales medio y bajo —como lo aprecia un directivo de Videovisa.

A más de seis años de su surgimiento y desarrollo las reglas del juego se han establecido. Legalmente y a nivel organizacional, ya existen instancias como: la regulación del 14 de mayo de 1985, la Asociación Nacional de Videoclubes (ANVIC), la Asociación Mexicana de Productores de Videogramas (AMPROVAC) y el Comité Nacional contra la Piratería.

En noviembre de 1990 fue celebrado el Segundo Festival del Video en el Distrito Federal. El evento más importante del año en video comercial. Se reunieron las reproductoras, videoclubes, vendedores de derechos de películas y videoaficionados, además de los representantes gubernamentales.

Días de ventas, de contactos y de acuerdos. Pero sobre todo, una muestra de la realidad que prevalece en la industria: títulos banales, éxitos taquilleros, películas pornográficas para mayores de 21 años, videojuegos, grandes pantallas, publicidad y en menor proporción los videocassettes reconocidos por su calidad o dedicados al público infantil.

El mercado del video ha mejorado, ha consolidado posiciones. El grupo Videovisa es el líder, controla a sus competidores carentes de la infraestructura y la fuerza que dio a Televisa el haber desarrollado la industria de la radiodifusión mexicana.

Es necesario tomar medidas para impedir el crecimiento de este monopolio. No es saludable que una sola empresa controle y manipule tan importante mercado, que obtenga cuantiosas ganancias y que casi no tenga restricciones para difundir sus materiales. Es fundamental que se establezca una política audiovisual clara en el país.

Macondo Cine Video es una opción por el tipo de material que ofrece, aunque "en esa lucha de titanes" lleva las de perder. No claudica porque hay un público que todavía lo mantiene. Ese que para la industria no es negocio.

En el ámbito institucional la utilidad que este medio tiene para la enseñanza, el fomento al hábito de la lectura, la investigación y la difusión científica y cultural, apenas es aprovechada.

Bajo el presupuesto, objetivos y recursos de universidades, bibliotecas públicas y privadas —casos tratados en esta investigación— el uso del video se ha volcado más hacia la adquisición de materiales que a la producción. Todavía es poco el interés por realizar video en apoyo a las diferentes áreas del conocimiento.

Si bien es cierto que el poner a disposición de estudiantes, profesores y usuarios, materiales no creados expresamente para la enseñanza, enriquece su cultura y formación. También es pertinente que tengan acceso a materiales creados específicamente para su disciplina, bajo los objetivos y orientación del centro de que se trate.

Tampoco son suficientes los materiales llamados científicos, obtenidos de la televisión, que no están tratados con profundidad.

Las realizaciones de tipo científico hechas para la televisión, tienen el objetivo de divulgar la ciencia. Por lo tanto, el tratamiento e información son menos rigurosos, por estar destinados a un público heterogéneo, muchas veces ignorante del tema.

Por eso es necesario que las universidades aprovechen su equipo y recursos humanos —estudiantes, profesores y trabajadores— para producciones que apoye en realidad una formación más sólida de sus cuadros docentes, de investigación y de los futuros profesionistas.

En el caso de la UNAM, es indispensable establecer una política clara con respecto al video. Deben coordinarse las diferentes dependencias —Filmoteca de la UNAM, TV UNAM, - - CUEC, Biblioteca Nacional, escuelas y facultades donde exista la especialidad de comunicación y bibliotecas— que de alguna manera se relacionan con la producción, distribución y préstamo de material video.

La vinculación permitirá:

- 1) Establecer objetivos claros.
- 2) Instaurar las bases de adquisición de videos —ya sea por compra, préstamo o intercambio.
- 3) Uniformar criterios de catalogación, (*) clasificación y conservación de materiales. De esta manera se facilitará al usuario la consulta y por tanto enriquecerá su formación.
- 4) Evitar la duplicación de funciones y adquisición de material por diversas vías.
- 5) Intercambiar materiales de manera interna.
- 6) Ahorrar recursos y distribuir el presupuesto de acuerdo con necesidades y funciones.

(*) En la Videoteca de la Biblioteca Nacional, no existen catálogos específicos de video. En los ficheros están revueltas las fichas de libros, películas, programas de televisión. Por lo tanto, la búsqueda de material se dificulta.

- 7) Adquirir y brindar mantenimiento al equipo y aprovecharlo mejor. Por estar disperso en varias dependencias, muchas veces es subutilizado. Por ejemplo, se tiene equipo de video en TV UNAM, en el CUEC, en las Facultades de Ciencias Políticas y Sociales, Contaduría, Ingeniería, Odontología, Medicina Veterinaria; en las Escuelas Nacionales de Estudios Profesionales Acatlán y Aragón y, en la Coordinación del CCH, entre otros.
- 8) Vincular realmente la docencia, investigación y difusión.
- 9) Canalizar a los especialistas del video, formados en la institución y de esta manera enriquecer su formación y producir mejores materiales.
- 10) Intercambiar material video con otras instituciones de educación superior, embajadas, fundaciones culturales y productores independientes.
- 11) Ampliar el número de videoclubes universitarios y de esta forma diversificar el panorama de la industria del video. También debería considerar a las producciones independientes en video para incluirlas en sus acervos, así los usuarios conocerían otras realidades y puntos de vista y los realizadores tendrían un espacio de difusión y posiblemente de recuperación económica.

12) Extender a todas las bibliotecas el servicio de videoteca.

En esta tarea de vincular y establecer políticas comunes, debe tenerse mucho cuidado de no caer en el centralismo, ni en la burocratización del proceso.

Por otro lado, en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, también es fundamental replantear el tipo de profesional que se busca formar. Debe reestructurarse el plan de estudios. El vigente ya no responde a las necesidades actuales de especialización y comercialización.

Por ejemplo, ninguna de las materias que se imparten está dirigida al video. Todavía y a pesar de conocer lo incosteable —sobre todo a nivel de aprendizaje— del cine, se sigue intentando, sólo en la teoría, su enseñanza. No existe el equipo necesario o se encuentra muy deteriorado.

Además, el hecho de que en sólo dos materias —Taller de guión de cine, radio y televisión y Taller de realización de cine, radio y televisión— de las cuarenta de que consta la carrera, estén destinadas a enseñar el lenguaje audiovisual y radiofónico, implica una deficiente preparación de sus egresados. En la práctica, los estudiantes hacen un recorrido rápido y superficial —básicamente teórico— de estos aspectos, a pesar de ser las herramientas de trabajo de los que opten por este ámbito.

Debido a la importancia que tiene el video y al mayor acceso a equipos de pequeño formato, debe incluirse en la -- formación de los futuros comunicadores. Actualmente, más em-- presas e instituciones tienen cuando menos, una pequeña in-- fraestructura de video. Si los egresados, aparte de salir -- con una preparación teórica saben producir mensajes audiovi-- suales, tal vez tendrán mayores posibilidades de acceder a -- una fuente de trabajo.

Es más probable que los nuevos comunicadores puedan de-- sarrollarse en el video. El giro privatizador cada vez más les restringe el acceso. Las plazas existentes ya están ocu-- padas y difícilmente se abrirán más. En cambio, con el vi-- deo hay más posibilidades, sino de acceder a una institución o empresa, sí se desarrollar un proyecto propio e indepen-- diente.

Durante la fase de aprendizaje de las técnicas de pro-- ducción y de manejo de equipo, se podría recurrir a cámaras y videocassetteras de pequeño formato. Una vez dominada esta primera etapa, es factible hacer una producción de cali-- dad entre todos los integrantes del grupo y en formato 3/4. De esta manera se evitaría el continuo desgaste del equipo y los alumnos nos podrían participar en todo el proceso de pro-- ducción.

En esta reforma debe contemplarse el intercambio entre las diferentes instancias universitarias. Podrían estable--

cerse convenios entre facultades y escuelas que impartan la carrera de comunicación y de las dependencias de comunicación, extensión y difusión cultural. Como actividad remunerada pueden dar cabida —de acuerdo con sus necesidades y preferencias— a quienes se forman.

Al mismo tiempo, para enriquecer la formación y que no sea de tipo tubular, los estudiantes de comunicación deben vincularse con otras especialidades, a través de la elaboración de materiales didácticos. Por ejemplo, comunicación con biología, comunicación con historia, comunicación con matemáticas, etc. De este modo, y en el caso específico del video, se aprovecharía su alto potencial didáctico, y podría terminarse con el divorcio existente entre los científicos y los comunicadores, que a veces impide la investigación y la divulgación.

Por otro lado, es lamentable que la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales no tenga presencia en ningún ámbito del video, ni siquiera en el Distrito Federal y mucho menos a nivel nacional. Debería fomentar y apoyar, a través de la Coordinación de Ciencias de la Comunicación, los esfuerzos de investigación, análisis, producción y difusión de video.

Cuando las bibliotecas hacen uso del video para fomentar el hábito de la lectura e incrementar el interés de la gente por acudir a ellas, este medio no compete con los li-

bros, se complementan. Del mismo modo que en las universidades, las colecciones de videocassettes —en su mayoría transferencias del cine y televisión a formatos de media pulgada— además del entretenimiento son fuente de información para la investigación y la enseñanza.

El programa de videoteca, implementado en varias bibliotecas públicas del Distrito Federal por la SEP, es un acierto. Los materiales puestos a disposición de los usuarios -- fueron seleccionados por su calidad. En este sentido, además cumplen con la función de alfabetizar visualmente a las personas.

No debe permitirse que las bibliotecas se conviertan sólo en una extensión de la industria comercial —en el caso — de las películas— ni de la televisión. Deben dar cabida a productos de video propiamente dichos que mejoren el conocimiento y apreciación de nuestra realidad, cultura, problemas y tradiciones.

El programa de videotecas públicas debe permitir la entrada a las realizaciones de productores independientes que enriquezcan el panorama de la imagen en movimiento. Para lograrlo debe existir conjunción de objetivos, intereses y presupuestos.

Las universidades deben considerar al video dentro de sus áreas prioritarias de investigación y reflexión teórica,

así como apoyar el nacimiento de publicaciones sobre el medio.

Es importante crear otros materiales, tal vez de esu de penda, en gran parte, la información y formación de los futu ros profesionales y de los potenciales usuarios del video.

La producción del video independiente está en proceso - de desarrollo. En casi quince años de vida ha estado toman do su propio camino y definición.

El origen de sus realizadores es tan distinto como sus producciones. Al contrario de lo que se podría pensar, sólo una minoría de ellos tiene formación académica en video. La mayoría llega de otras disciplinas y lo incorpora a su forma de expresión. De ahí que el video salga del ámbito de los especialistas.

Existen dos generaciones de videoastas: los pioneros y los nuevos creadores. Aquéllos formados en el cine, y los - más jóvenes, influenciados por el lenguaje televisivo.

Sin embargo, si se hace una comparación cuantitativa se observa que a pesar de haber comenzado después, tienen más - producciones que algunos de los forjadores del video. Tal - parece que trabajan con menos presión, juegan más y por lo - tanto experimentan en mayor grado. Los pioneros realizan me nos —a excepción, de Carlos Mendoza— tal vez por el gasto, y el rigor que implica el trabajo con equipo de 3/4.

Todas las modalidades del video están en la búsqueda de un lenguaje propio, adecuado a las características técnicas y de medio de expresión. Tratan de salirse de los lineamientos establecidos por el cine y la televisión.

Por otro lado, los videoastas independientes deben preocuparse por alfabetizar audiovisualmente a los espectadores. Más todavía, si se toma en cuenta que en gran parte de las producciones de video se rompe con el lenguaje convencional. Además, deben empezar a crear conciencia sobre la necesidad de que sus trabajos deben ser retribuidos económicamente.

Este tipo de video se presenta como una solitaria opción en el panorama audiovisual mexicano, existe a pesar de no contar con el interés gubernamental ni el de la industria de la radiodifusión.

Respecto a la producción, el financiamiento es el problema nodal de quienes tienen algo que decir, ya sea que cuenten o no con la infraestructura necesaria. Realizar un video no es barato.

Lo anterior, se evidencia entre los forjadores, que hacen sus videos en formato 3/4, mientras los recién llegados usan V-8, Beta, VHS y Super VHS. Sus recursos son más limitados. No así su creatividad.

Hoy, sin el dinero que se obtiene en otros sitios, el -

video independiente en el Distrito Federal no podría subsistir por sí solo.

La organización entre productores independientes es el mecanismo que puede llevar al autofinanciamiento, para entonces hacer realidad todo el cúmulo de proyectos audiovisuales contenidos en la mente y el papel.

Esta tarea se logrará cuando exista disposición de la gente interesada que pueda vincular y negociar con el gobierno y la iniciativa privada, siempre y cuando se conserve la independencia de los videoastas.

El primer paso es lograr la comunicación entre productoras, tener una agenda, algún sitio de reunión y consulta. Asociarse será una consecuencia.

La organización podría partir de la unión, primero, de los grupos que trabajen una misma modalidad del video. Esto por razones de coincidencia de objetivos, intereses, lenguaje, espacios de difusión y por el trato ya establecido entre ellos.

Sobra decir que sin organización no es posible legislar, difundir ni comercializar. Como también que sin una ley —resultado de la opinión de los videoastas— la difusión seguirá entre las propuestas ideales, y la comercialización se quedará en necesidad económica.

Sin representación legal, el video independiente continuará al margen, y no se podrá presionar a las autoridades para verse obligados a registrar cualquier tipo de creación.

La difusión del video está supeditada a los pocos espacios existentes —principalmente gubernamentales— y a la búsqueda de sitios que el videoasta proponga. Labor difícil por la falta de tiempo y el conformismo de no dar a conocer las obras al mayor público posible. (*)

De los grupos entrevistados, solamente Fuego Nuevo, Redes Cine Video y el Canal 6 de Julio, han logrado cierta difusión. Los demás mencionaron dos o tres sitios y muchos deseos de que más gente conozca su trabajo.

Después de la Primera Biental de Video han sido abiertos algunos lugares, sin embargo, hasta la fecha ninguno independiente. Tampoco se ha logrado la inauguración de las video-salas Tlacuilo y Edison. Al parecer los videoastas se conformaron con la videosala de la Nueva Creación, que se supone pasa únicamente videos de jóvenes —lo cual ya es limitante— aunque han presentado trabajos de Sarah Minter o Sergio García.

(*) En el caso del documental, más que en el de las otras categorías, es de vital importancia el tratar de hacerlo llegar a su público potencial. Porque se podrá hacer un gran documental de un grupo indígena, de problemas ecológicos o políticos, pero si no logra darse a conocer a un número mayor de gente, si no es difundido, entonces es como si no se hubiera hecho.

Esto no significa que se está en espera de una videosalta oficial idónea y sin censura. La experiencia de la sala Pola Weiss explica por qué no conviene depender de la burocracia, que sólo usa al video para adornar actos.

Los productores, pioneros y nuevos creadores, tienen la última palabra: abrir un espacio independiente remunerativo, y a través de la difusión cooperar para el autofinanciamiento.

Es importante tomar en cuenta el trabajo de la galería La Agencia, el hecho de obtener recursos por la venta de cuadros y de aportaciones privadas, es parte de la estrategia que los independientes deben considerar.

Asimismo, es fundamental la organización de muestras, festivales, ciclos y mesas redondas. Debe insistirse en otro evento como el de 1986, totalmente independiente.

Es necesario establecer criterios claros cuando se realicen eventos de video. No deben seleccionarse ni exhibirse con las mismas bases que a la televisión y al cine.

La Primera Bienal de Video dejó saldos positivos, porque cuando menos reunió a una parte de los interesados, se abordaron asuntos de interés común, fue posible el contacto entre desconocidos, comentaron su labor, se procuró dar a conocer públicamente al video, fueron abiertos algunos espacios y ya se pretende la organización...

Respecto a las premiaciones, al parecer sólo consideraron producciones de cineastas y propuestas muy parecidas a las estructuras televisivas. De hecho se recibieron varios materiales de difusoras. Sería conveniente que para futuros eventos se tomara en cuenta el producto netamente del video y no tanto como soporte técnico.

En el ámbito nacional no hay porqué excluir a ningún estado ni al Distrito Federal; de cualquier encuentro de video —sobre todo si se toma en cuenta que a nivel independiente, en el Distrito Federal es donde hay esfuerzos más sólidos, recuérdese a Francis García, Sarah Minter, Rafael Corkidi, Carlos Mendoza, entre otros. El regionalismo fomenta el aislamiento y justifica el llamado "canibalismo" entre los productores y ahora entre quienes se dicen organizadores.

Con el ánimo de ejemplificar otro tipo de opciones, mismas que deben ser agotadas para crear más, en esta investigación se enlistaron los lugares que han servido para difundir el video independiente.

Ningún tipo de video debe ser hecho pensado para la televisión, porque entonces empezaría con limitaciones. Sin embargo, no se debe descartar la posibilidad de transmitirlo masivamente.

En lo que se refiere a comercialización, no se mencionó ninguna experiencia importante porque no la hay. Los video-

astas no saben a dónde o con quién acudir. El producto independiente puede ser rentado o vendido. Abrir un videoclub sería innovador y una alternativa para el público.

Otra opción sería colocar las realizaciones independientes en redes de videoclubes universitarios. En ellas, el videoasta encontraría, tal vez, a su público potencial y una alternativa de difusión y comercialización.

México tiene poca presencia dentro del movimiento latinoamericano de video. Incluso países con menor infraestructura tecnológica y menor desarrollo económico han logrado mayor difusión.

En esta investigación se han tratado sólo algunos aspectos relacionados con este medio. Hace falta profundizar, y buscar más respuestas que permitan conocerlo y aprovecharlo en todas sus posibilidades. Queda pues abierta la puerta a futuros trabajos, que exploren el gran campo del video.

A P E N D I C E

VIDEO

Fade in a imagen de cámara a través de la cual se ve cuando se retira su tapa. Después se pasará a toma cerrada de foco rojo encendido ubicado en la parte superior de la cámara para indicar que ha comenzado la grabación. Se hará corte directo a toma del visor de la cámara donde se verá la fotografía de Francis García.

Se hará fade out, los negros se conservarán un poco para poder escribir:

Súper: Francis García

Video Documental

(Aparecerá en croll palabra -- por palabra, cuando esté completo se mantendrá sobre los negros).

Se hará fade in a fotografía en blanco y negro de Francis García.

El súper desaparece.

Se hará fade out de la fotografía de Francis García y fade in -- los negros se conservarán el mismo lapso que los anteriores.

Súper: Carlos Sálom

Video Experimental

(También aparecerán en croll, hasta quedar completos). Se continuará el fade in de fotografía de Carlos Salom.

AUDIO

Fade in de música que sube a primer plano y se sostiene.

Baja música hasta desaparecer.

Entra testimonio de Francis García:

FRANCIS

GARCIA: "En sus inicios mi formación fue autodidacta... y sobre la marcha aprendí".

Baja hasta desaparecer.

Entra testimonio de Carlos Salom:

CARLOS

SALOM: "No llegué a cursar ninguna carrera y de ahí me desvié a diseño gráfico comunicaciones, terminé realizando estudios de fotografía".

VIDEO

Se hará fade out a la fotografía de Carlos Sálom y fade in a la fotografía de Sarah Mínter. Los negros se conservan para incluir

Súper: Sarah Mínter
Video ficción

(Aparecerán en croll y se mantendrán sobre los negros).

Se hace fade out de fotografía de Sarah Mínter y fade in a fotografía de César Lizárraga. Los negros se mantendrán para poner:

Súper: Video Dos
Poesía Visual

(Aparecerán en croll y se mantendrán sobre los negros).

Se hará fade out de fotografía de César Lizárraga y fade in a fotografía de Andrea Di Castro. Los negros se mantendrán para poner:

Súper: Andrea Di Castro
Video Experimental

(Aparecerán en croll y se mantendrán sobre los negros)

AUDIO

Baja hasta desaparecer.

Entra testimonio de Sarah Mínter:

SARAH

MINTER: "Hice diferentes cosas, casi siempre de una manera autodidacta, hice teatro, diseño gráfico, fotografía y me metí de oyente al CUEC".

Baja hasta desaparecer.

Entra testimonio de César Lizárraga:

CESAR

LIZARRAGA: "Soy egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y realmente mi formación profesional se debe al gusto por la televisión".

Baja hasta desaparecer.

Entra testimonio de Andrea Di Castro:

ANDREA DI

CASTRO: "...la formación viene descendiente de la fotografía, del cine y por extensión, del video..."

VIDEO

Se hará fade out de fotografía de Andrea Di Castro y fade in a fotografía de Pablo Gaytán. Los negros se mantendrán para poner:

Súper: Komunidad Audiovisual Videodanza
(Aparecerán en croll y se mantendrán sobre los negros).

Se hará fade out de fotografía de Pablo Gaytán y fade in a fotografía de Rafael Corkidi. Los negros se mantendrán y se pondrá:

Súper: Rafael Corkidi Videoarte
(Aparecerán en croll y se mantendrán sobre los negros).

Se hará fade out de fotografía de Rafael Corkidi y fade in a fotografía de Juan Carlos. Los negros se mantendrán para poner:

Súper: Fuego Nuevo Video ficción
(Aparecerán en croll y se mantendrán sobre los negros).

AUDIO

Baja hasta desaparecer.

Entra testimonio de Pablo Gaytán:

PABLO

GAYTAN: "De hecho llego al video de manera accidental como un medio más para expresarme..."

Baja hasta desaparecer.

Entra testimonio de Rafael Corkidi:

RAFAEL

CORKIDI: "Primero llegué a la televisión, llegué a la televisión trabajando en Canal 11, después de aprender ahí lo que era la televisión y lo que significaba el video, me dí cuenta que el camino sería llegar al video y obviamente la posibilidad era el video independiente".

Baja hasta desaparecer.

Entra testimonio de Juan Carlos:

VIDEO

Corte directo a collage de grabación del nuevo video de Sarah Minter.

Durará 2 min. aproximadamente.
Aparecerá Súper:

"Video Independiente en el Distrito Federal: hacia una trayectoria".

(Entrarán en croll, se mantendrán y luego desaparecerán, antes de que termine el collage).

Fade in a imagen de Francis - Garcia.

Se hace disolvencia a imagen de video realizado por Francis García.

Continúa imagen del video realizado por Francis García.

Se hace corte directo a imagen del testimonio de Carlos Salom.

AUDIO

JUAN

CARLOS: "La integración de la gente de Fuego Nuevo, es que no es gente formada en cine, formada -- académicamente, es gente que -- tiene preparación en trabajo -- práctico de video".

Baja hasta desaparecer.

En reverberancia entrará la - palabra video dicha por cada - uno de los realizadores. Baja rá hasta desaparecer y se mezclará con el audio ambiente de grabación.

Fade out de audio ambiente y - entra testimonio.

FRANCIS

GARCIA: "A mí lo que me interesa es decir cosas y en el momento en que están ocurriendo las cosas, hacer las cosas a guión de imagen. Yo más bien trabajo sobre guión de imagen, no tengo una idea preconcebida de cómo realizar esto, sino que me lo da el mismo material cuando lo tengo en la cámara..."

El audio del testimonio baja a segundo plano y se mezcla hasta desaparecer con audio original del video realizado por Francis, sube hasta mantenerse en primer plano.

Fade out de audio, entra en -- primer plano testimonio.

VIDEO

Se hace disolvenencia a imagen -
de video realizado por Carlos
Salom.

Corte directo a imagen de Sa-
rah Minter.

Se hace disolvenencia a imagen -
del video "Nadie es Inocente".

Corte directo a imagen de César
Lizárraga.

Se hace disolvenencia a imagen -
de video realizado por Video
Dos.

AUDIO

CARLOS

SALOM: "...la línea de video es por -
el momento violencia ya que -
esto es lo que vivimos a dia-
rio...no pretendo que haya un
final feliz en mis videos, ni
una anécdota..."

Baja audio a segundo plano y -
se mezcla hasta desaparecer, -
con el audio original del vi-
deo realizado por Carlos Salom,
que sube a primer plano.

Fade out de audio y entra tes-
timonio de Sarah Minter.

SARAH

MINTER: "Nadie es Inocente es un traba-
jo que se hizo sobre los cha-
vos banda de ciudad Nezahualcō
yotl, es parte documental y --
parte ficción.
"...creo que es una buena car-
acterística del video indepen-
diente utilizar cosas, hechos
que están pasando pero meter-
los dentro de la ficción ¿no?.

Fade out de testimonio que se
mezcla hasta desaparecer, con
audio original de "Nadie es --
Inocente" que sube a primer -
plano.

El audio baja y desaparece, en-
tra testimonio.

CESAR

LIZARRAGA: "Las imágenes poéticas nos ayu-
dan un poco a hacer las imáge-
nes visuales, del video. A --
partir de eso, Alberto Robest
es el que escribe la poesía, -
es el poeta de origen.
"Nosotros no nos caracteriza-
mos por irnos a la calle y to-
mar imágenes como mucha gente
lo hace sino que nosotros crea-
mos nuestras propias imágenes".

VIDEO

Corte directo a imagen de Andrea Di Castro.

Se hace disolvencia a imagen de video "Mex-Metr", realizado por Andrea Di Castro.

Corte directo a imagen de Pablo Gaytán.

Se hace disolvencia a imagen de video de Barro Rojo realizado por Comunidad Audiovisual.

Corte directo a imagen de Rafael Corkidi.

AUDIO

El audio baja y desaparece y entra testimonio.

ANDREA DI

CASTRO: "El atrapar el espacio tiempo es muy importante como hecho conceptual, porque podemos retener una porción del espacio y un tiempo determinado en una cinta de video.

"Las características en sí de la imagen que dan unas texturas a la imagen que nosotros estamos manejando.

El audio baja y desaparece y entra el audio original de Mex-Metr que sube a primer plano.

Baja audio y desaparece, entra testimonio.

PABLO

GAYTAN: "...yo le reconocía más a lo que se puede hacer en teatro o en danza, en teatro no como testimonio, sino trasladando una obra de teatro a video, o a danza también, porque al menos la experiencia que yo tengo es que realmente se provocan discusiones estéticas, discusiones de encuadres, de ángulos, colores, de iluminación, para crear videoc danza..."

Fade out de testimonio y entra audio original de "Barro Rojo", sube a primer plano.

Baja audio y desaparece, entra testimonio.

VIDEO

Corte directo a imagen de Juan Carlos de Fuego Nuevo.

Se hace disolvencia a imagen - de video "Fin de quincena" de Fuego Nuevo.

Corte directo a cortinilla -- formada con imágenes de carteles alusivos a eventos de video.

Fade in de imagen de Andrea Di Castro.

AUDIO

RAFAEL

CORKIDI: "Me dí cuenta que el video no tiene nada que ver con el cine. En cierto momento pueden reunirse pero para hacer video -- hay que olvidarse del cine, y hay que olvidarse, no porque sea una mala cosa, sino porque hay que seguir otro camino y -- el video no debe parecerse al cine, no debe parecerse a la -- pintura, no debe parecerse a -- la danza. Se puede integrar a todas estas artes, pero hay -- que buscar el formato nuevo -- del video".

Baja audio y desaparece. Entra testimonio.

JUAN

CARLOS: "...se utilizaba un esquema de improvisación teatral, solamente se representaba más o menos cuál era la escala donde queríamos empezar, dónde queríamos terminar, cuáles eran las líneas generales del diálogo -- que se tenía que desarrollar -- entre los personajes y dejábamos correr..."

El audio de "Fin de quincena" baja y desaparece. Entra audio ambiente de eventos de la Bienal.

ANDREA DI

CASTRO: "...yo creo que para definir -- al video yo hablaría de un nuevo género expresivo contemporáneo que utiliza al monitor o a la pantalla de televisión como soporte de su mensaje, y a la captura del espacio-tiempo como parte esencial de su lenguaje".

VIDEO

Corte directo a imagen de Sarah Minter.

SARAH

MINTER: "El video empieza a tener sus particularidades. Es un medio muy amplio y muy inmediato y con muchísimas posibilidades plásticas. El video tiene muchas posibilidades a todos los niveles, a nivel por ejemplo, de comunicación y el video independiente es la comunicación alternativa".

Corte directo a imagen de Francis García.

FRANCIS

GARCIA: "El video nos ha rebasado en definiciones, el video es una parte de tu lenguaje. Antes existía la pluma y la tinta para que tú escribieras tus pensamientos, poesía y era una parte muy cercana a tí. A lo mejor hacías ese poema y lo guardabas y lo leías. "La herramienta de expresión en ese entonces era la pluma y el papel, para mí, ahora la herramienta de la que uno se puede valer para expresar lo que siente, es video, una camarita de video, así tú puedes expresarte es muy íntima pero a la vez también es comunicativa, porque te abstrae, escribes, creas en cualquier medio, en lugar de escribir teóricamente. Para mí es un cambio de herramienta en este tiempo moderno, es la electrónica pero forma parte de toda esa necesidad de comunicación".

Corte directo a imagen de Rafael Corkidi.

VIDEO

Corte directo a imagen de
Pablo Gaytán.

Corte directo a imagen de
Juan Carlos de Fuego Nuevo.

Corte directo a imagen de
César Lizárraga.

Corte directo a imagen de
Carlos Salom.

AUDIO

RAFAEL

CORKIDI: "...el video ahora es muy necesario. Es casi el arte más necesario a diferencia de - - otras artes. Este es un arte necesario".

PABLO

GAYTAN: "Para mí es una experiencia estética que se da a partir de los elementos tecnológicos propios de las actuales innovaciones y que pues hay que aprovecharlos como un pincel o como una pluma..."

JUAN

CARLOS: "Como una herramienta que se puede usar dentro de la comunicación popular, es un producto cultural que hacemos trabajados culturales, nos reconocemos o no nos reconocemos como tales, pero finalmente eso".

CESAR

LIZARRAGA: "Acercarnos a la puerta de - - cristal, otra manera que no sea con todo el rapport de la televisión, sino acercarnos de una manera más estética, aplicándonos más al arte utilizando esas herramientas. La cámara es un pincel y el monitor es un lienzo, eso puede ser el video para mí".

VIDEO

Sale imagen de Carlos Salom y se hace fade in a collage de fotografías en blanco y negro de los realizadores durante el proceso de investigación, redacción, grabación y edición del video. Sobre esas imágenes aparecerán agradecimientos y créditos.

Fade out de collage. Se hace corte directo a imagen a través de la cual se ve cuando se le pone la tapa a la cámara, se queda en negros.

AUDIO

CARLOS

SALOM: "Para mí es una herramienta y un instrumento para poder pasar las imágenes que tengo dentro de mí y sacarlas, llevarlas a cabo a una verdadera dimensión y no que queden en mí como un sueño. Es un instrumento con el cual también me valgo para pintar con fotones : ..."

Fade out de audio de testimonio que se mezcla con música que irá subiendo hasta quedar en primer plano.

Baja música a segundo plano y desaparece.

BIBLIOGRAFIA

- Acosta, Magdalena y Dávalos, Federico. Televisión Universitaria (La UNAM y la TV 1950-1984), Cuadernos de Comunicación, núm. 3, 1986, Tomos I y II, FCPYS-UNAM.
- Banet, Eugeni, et al. En torno al video, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España, 2a. ed., 1984, 300 pp.
- Barbero, Martín. Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista, FELAFACS, Gustavo Gili, s/f, 212 pp.
- Boyle, Deirdre. "Video". International Encyclopedia of Communications, V-4, Oxford University Press, 1989.
- Circulating Video Library, The Museum of Modern Art, New York, 1983, 50 pp.
- Douglas A. Boyd, et al. Videocassette Recorders in the Third World, Longman, New York, 1989, 293 pp.
- Dols, Joaquim, et al. Introducción al video, Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, México 1988, 137 pp.
- Getino, Octavio. Introducción al espacio audiovisual latinoamericano, Instituto Nacional de Cinematografía, Buenos Aires, Argentina 1990, 80 pp.
- Martínez Abadía, José. Introducción a la tecnología audiovisual, televisión, video, radio, Paidós comunicación, Barcelona, España 1989, 238 pp.

- Ortega Ramírez, Carmen Patricia. Las redes de Televisa, -- Ed. Claves Latinoamericanas, México 1988, 310 pp.
- Ratzke, Dietrich. Manual de los nuevos medios, Ed. Gustavo Gili, México 1986, 356 pp.

HEMEROGRAFIA

- Carta Informativa, NTC/NCT, Vol. II, núm. 7, IPAL, octubre 1987.
- Corto Circuito, núm. 4, París, Francia, julio de 1988.
- Diario Oficial de la Federación, México, D.F., 13 de mayo de 1985.
- Dicine, núm. 37, México, D.F., noviembre de 1990.
- Ecos del Video, núm. 4, México, D.F., agosto-septiembre -- 1990.
- Ecos del Video, núm. 7, México, D.F., diciembre de 1990.
- Ecos del Video, núm. 8, México, D.F., enero de 1991.
- Ecos del Video, núm. 10, México, D.F., marzo de 1991.
- Ecos del Video, núm. 11, México, D.F., abril de 1991.
- El Financiero, México, D.F., 13 de agosto de 1991.
- El Nacional, México, D.F., 10 de agosto de 1989.
- El Nacional, México, D.F., 4 de octubre de 1991.
- El Paseante, núm. 12, Madrid, España 1986.
- El Universal, México, D.F., 20 de febrero de 1991.
- El Universal, México, D.F., 29 de marzo de 1991.
- Gaceta UNAM, núm. 15, México, D.F., 22 de enero de 1982.

- Intermedia, Vol. 18, núm. 2, mayo 1990.
- Journal of Communication, Vol. 39, núm. 3, Summer 1989.
- La Jornada, México, D.F., 23 de mayo de 1985.
- La Jornada, México, D.F., 1° de octubre de 1985.
- La Jornada, México, D.F., 21 de enero de 1991.
- La Jornada, México, D.F., 18 de julio de 1991.
- La Jornada, México, D.F., 28 de agosto de 1991.
- Proceso, núm. 708, México, D.F., 28 de mayo de 1990.
- Proceso, núm. 724, México, D.F., 17 de septiembre de 1990.
- Proceso, núm. 743, México, D.F., 28 de enero de 1991.
- Proteste, núm. 96, Brasilia, Brasil, septiembre de 1990.
- Revista Mexicana de Comunicación, núm. 9, México, D.F., -- enero-febrero de 1990.
- Telos, España 1987.
- Topodrilo, núm. 15, México, D.F.
- Videomonitor, México, D.F., 1985, 1986, 1987, 1988, 1990 y 1991.
- Videored, núms. 9-10, Lima, Perú, diciembre de 1990.
- Visión, 11 de diciembre de 1989.

DOCUMENTOS

- Carpeta publicitaria de Videomex, México, D.F., 1989.
- Catálogo de la Videoteca de la Biblioteca Benjamín Franklin.
- Catálogo del Videoclub de la UNAM.

- "De cineasta a videoasta", Mesa redonda efectuada durante las Jornadas de Video Alternativo en el Museo Carrillo Gil, el 6 de marzo de 1991.
- Di Castro, Andrea. "Notas sobre el desarrollo del video", Documento original proporcionado por el autor, que antes fue publicado en la Revista 7 Cambio.
- Documento de la Dirección General de Bibliotecas de la SEP. Servicio de Videoteca, Repertorio.
- Documento Final del III Encuentro Latinoamericano de Video, Montevideo 1990.
- Documento interno del Area de Información Audiovisual de la Universidad Iberoamericana.
- "El cine, la televisión y el video", mesa redonda realizada durante la Primera Bienal de Video, México, D.F., 5 de septiembre de 1990.
- "El video independiente", mesa redonda efectuada en la Primera Bienal de Video, México, D.F., 5 de septiembre de 1990.
- Entrevista a Adolfo Patiño, dueño de la galería La Agencia, realizada por los autores en julio de 1991.
- Entrevista a Andrea Di Castro, videoasta, realizada por los autores en junio de 1991.
- Entrevista al biólogo Iván Trujillo, Director de Actividades Cinematográficas de la UNAM, realizada por los autores en julio de 1991.
- Entrevista a Carlos Salom, videoasta, realizada por los autores en julio de 1991.

- Entrevista a César Lizárraga, integrante de Video Dos, realizada por los autores en julio de 1991.
- Entrevista al cineasta Carlos González Morantes, realizada por los autores en julio de 1991.
- Entrevista a Cristina Chávez, encargada de los videoclubes Zafra Video, realizada por los autores en marzo de 1991.
- Entrevista a Fernando Cañibe, Gerente de Videomax sucursal ciudad de México, realizada por los autores entre abril y mayo de 1991.
- Entrevista a Francis García, Directora de Redes Cine-Video, realizada por los autores en junio de 1991.
- Entrevista a Genaro Pantoja, encargado del videoclub de la UNAM, realizada por los autores en mayo de 1991.
- Entrevista a Guadalupe Sosa, Gerente General de Macondo Cine Video, realizada por los autores en marzo de 1991.
- Entrevista a José Ramón Noval Vidal, Jefe del Departamento de Distribución de la Dirección General de Actividades Cinematográficas de la UNAM, realizada por los autores en mayo de 1991.
- Entrevista a Juan Carlos del grupo Fuego Nuevo, realizada por los autores en agosto de 1991.
- Entrevista al Lic. Arturo Domínguez, de la Dirección General de Bibliotecas de la SEP, realizada por los autores en mayo de 1991.
- Entrevista a la Lic. Cristina Sánchez de la Vara, Coordinadora del Area de Información Audiovisual de la UIA, realizada por los autores en mayo de 1991.

- Entrevista al Lic. Enrique Sevilla, Coordinador de la Videoteca de la Biblioteca Nacional, realizada por los autores en mayo de 1991.
- Entrevista a María Victoria Llamas, fundadora del grupo María Victoria Llamas y Asociados, realizada por los autores en julio de 1991.
- Entrevista a Pablo Gaytán, Asesor de video del CNCA, realizada por los autores en mayo de 1991.
- Entrevista a Pablo Gaytán, videoasta, realizada por los autores en mayo de 1991.
- Entrevista a Patricia Cano, encargada de la Videosala Pola Weiss de TV UNAM, realizada por los autores en julio de 1991.
- Entrevista a Patricia Vega, periodista de La Jornada, realizada por los autores en abril de 1991.
- Entrevista a Sarah Minter, videoasta, realizada por los autores en junio de 1991.
- Entrevista a Servando Gajá, fotógrafo de cine, realizada por los autores en junio de 1991.
- Entrevista a Sonia González, videoasta, realizada por los autores en abril de 1991.
- García Jasso, Elena. "Itinerarios del video en México. Algunas señales", ponencia presentada en la Sexta Reunión Nacional de AMIC, Tlaxcala, México, 1991.
- Giaccardi, José Ernesto. "La producción y distribución del video", ponencia presentada durante la Primera Bienal de Video el 6 de septiembre de 1990.

- "La comunicación alternativa: cuestionamientos", mesa redonda realizada durante el encuentro "Arte y comunicación alternativa", IFAL, 26 de junio de 1991.
- "La producción y distribución del video", mesa redonda de la Primera Bienal de Video, México, D.F., 6 de septiembre de 1990.
- Menéndez, Oscar. "Hacia un video alternativo", ponencia -- presentada durante la Sexta Reunión Nacional de AMIC, Tlaxcala, México, 1991.
- "Nueva Tecnología de Video", conferencia de Carmen Gómez - Mont, presentada en la Primera Bienal de Video, México, D. F., 6 de septiembre de 1990.
- Tríptico de presentación de los servicios que ofrece - - Videar, agosto de 1991.
- Tríptico de presentación de la obra de Carlos Salom en la galería La Agencia, julio de 1991.