

Nada/Todo es para siempre



*Gabriel Reches**

1. El sentido o el sustento

Queridxs amigxs, no vivimos tiempos fáciles. Estas palabras están siendo escritas durante un paro docente y no docente, unos días después de la segunda marcha en que la comunidad universitaria unida salió a la calle en todas las provincias argentinas, para mostrar su descontento a propósito de la persecución irracional y premeditada que el gobierno nacional ejerce contra el pensamiento crítico, el desarrollo científico, la evolución tecnológica y la movilidad social utilizando como instrumento el ahogo financiero, el congelamiento salarial y el terrorismo comunicacional de Estado.

Atacan de modo impúdico nuestro esfuerzo, nuestros sueños y nuestros derechos, con pensamientos tóxicos y datos falsos que rápidamente se viralizan en canales de noticias devenidos en parasecretarías de prensa oficial, redes sociales amenizadas por sociópatas y un espacio público enrarecido.

Es en este contexto en el que nos preguntamos para qué una carrera audiovisual, para qué una carrera audiovisual, en una universidad pública argentina, afincada en el quinto cordón del conurbano.

* Docente y Director de la carrera de Producción y Gestión Audiovisual.

¿Cuál es el sentido de que se produzcan piezas comunicacionales por parte de estudiantes que son primera generación de universitarios y que son ignorados o despreciados por quienes tienen delegada la tarea de conducir el país, a tal punto que niegan su existencia? “La universidad es solo para hijos de ricos”. “Los pobres no estudian”.

En una zona silenciada y al mismo tiempo tan señalada por otros: ¿qué sentido tiene hablar, levantar la voz, decir aquí estamos?

Ok, ok, Gabriel, tiene mucho sentido. ¿Pero quién va a pagarnos por eso?

2. Transformar para trabajar

Una carrera de una universidad obrera, más que ninguna otra, ¿no debería ayudar a insertarnos en el mundo del trabajo? ¿Con qué herramientas, con qué saberes técnicos? ¿Las herramientas que necesitamos para elaborar representaciones propias sobre el mundo son las mismas que aquellas que necesitamos para insertarnos en la industria?

¿Es el mainstream académico portador de un saber neutral, de un saber que alberga la posibilidad de transformación; o solo estandariza un yeite reproductor de discursos hegemónicos? ¿Y si la incorporación de esos saberes hegemónicos fuera el único modo de integrar activamente el mundo del trabajo?

Hace algunos años, al calor de una ley de medios que fue aprobada y luego nadie se atrevió a aplicar cabalmente, en una década que parecía ganada y hoy se extravió de buena parte de nuestras memorias, algunas de estas preguntas originaron válidas tensiones con relación a la formación audiovisual.

De un lado, la idea de que una licenciatura audiovisual debe darnos herramientas ciudadanas para transformar la realidad, incidir en el sentido común, elaborar nuevas representaciones. Del otro, la idea de que una licenciatura audiovisual debe darnos herramientas técnicas para insertarnos en el mercado e impulsar la industria.

Lamento atestiguar que esta pregunta ha quedado desactualizada. Hoy no hay modo de insertarnos en el mercado sin antes transformar la realidad. Es fundamental que incorporemos nociones técnicas. No podemos, por ejemplo, tener una carrera AUDIOvisual que no incluya al menos dos niveles de sonido dentro de su plan de estudios. Pero no tendremos cómo aplicarlas en este estado de cosas.

3. El plus argentino

Ya en términos globales, es muy difícil la situación de la industria audiovisual. Compañías gigantescas que se fusionan o desaparecen, equipos de guionistas que se reducen al mínimo, iluminadores reemplazados por inteligencia artificial, nichos de audiencia que se vuelcan a Tik Tok de a millones, en un mundo donde de la idea de un espectador activo hemos pasado a la de prosumidor y nadie sabe quién pagará en unos años por aquellas historias que amamos contar.

Pero queridxs amigxs, en ese marco, la estamos haciendo aún más difícil. El diferencial que propone Argentina para el desarrollo de la industria audiovisual es negativo en todo terreno. Son ínfimas las posibilidades de trabajar en el medio, en un país donde al mismo tiempo se suprimen los planes de fomento, se cierran las señales públicas y agencias públicas de noticias, desaparecen las intervenciones de protección de la industria audiovisual nacional, no hay consumo interno que posibilite la expansión publicitaria y la relación precio-dólar nos vuelve, con relación a otros países, un lugar caro para filmar.

Así, estos dos enfoques que parecían rivalizar hoy necesitan conciliar. Porque para que exista un mercado, para que exista una industria audiovisual nacional, es necesario previamente que exista una nación.

4. Retrofuturismo

Hace un tiempo una poeta reconocida escribió la palabra “mail” en un verso. Sabíamos que ese poema envejecería rápido. Eso no debería suceder con una carrera audiovisual universitaria. Carrera. Carrera contra quién, contra qué, en qué lapso, cuantos metros, cuantos años.

Se trata de estar al tanto de la revolución tecnológica, de los cambios vertiginosos en los modos de consumir, producir, percibir, sí; pero dotando a nuestros estudiantes de herramientas estables que puedan adecuarse a los tiempos que se nos vengán encima o, mejor, a los que protagonicemos.

Muchas de nuestras carreras contienen en su propuesta curricular nombres de materias que hacen referencia a medios que ya no existen o están en vías de desaparición. Pero si somos esclavos del último grito de la tecnología y reemplazamos, por ejemplo, la materia “televisión” por la materia “plataformas”, el efecto que se va a producir es paradójal. Lo que intenta ser nuevo, rápidamente se volverá retro.

Eso no significa negar los avances tecnológicos, sino buscar el modo de incorporarlos, asumiendo que a lo largo de las últimas decenas de miles de años hay un fondo permanente –llámese luz, llámese cultura, llámese ondas sonoras, llámese lenguaje– que corre por debajo de los avatares tecnológicos.

5. Nada es para siempre. Todo es para siempre

Todo lo que parece para siempre dura solo un rato, y lo que parece haber desaparecido termina volviendo. Aggiornamento sí. Tilinguering no. No se trata de actualizar permanentemente programas, sino de buscar el modo de elaborar planes porosos a los cambios, que no sean esclavos de modas de consumo.

Hace unos años llegaron los plasmas, luego las tv de pantalla curva, pronto la tridimensional. Pero en la última temporada de The Walking Dead, dos tercios de los espectadores consumieron la serie a través de teléfonos celulares.

Empresas gigantescas dedicadas durante años a las infancias están eliminando los departamentos de programación infantojuvenil en la certeza de que se trata de un público al que perdieron definitiva-

mente, hundido en el pantano de Tik Tok. Y vociferamos que estalló la narrativa de los tres actos, el camino de héroe, el sentido para las cosas, y acaso sea cierto. En estos diez minutos de civilización.

Para quienes creen que esto anuncia el fin de la cultura occidental, cabe recordar que hace cinco años, dócilmente youtubizados, decretábamos que todo material tenía que golpear al espectador en los primeros veinte segundos y esfumarse a los 120, pero antes de que termináramos de decirlo un grupo de jóvenes streamers reinstaló con Twitch la idea del vivo y hasta la atmósfera del programa omnibus. Nuevas lógicas y a la vez, tradiciones reconocibles por quienes ya ni tenemos canas para peinar. Todos los días se inventa por primera vez lo mismo que en la víspera.