



# El cine en la era digital en España e Iberoamérica

Europa quiere preservar su identidad  
lingüística y social  
Cine y televisión educativa: mito o realidad

Juan Carlos Marcos Recio  
[jmarcos@ccinf.ucm.es](mailto:jmarcos@ccinf.ucm.es)

Universidad Complutense de Madrid  
<http://www.ucm.es/>  
<http://www.ucm.es/info/multidoc/prof/jmarcos/default.htm>



# Europa quiere preservar su identidad lingüística y social

## Cine y televisión educativa: mito o realidad

Cine digital / Televisión / Educación / Internet.

Resumen:

Los medios de comunicación han sido considerados como un valuarte en defensa de la educación. Prensa, radio, cine, televisión y ahora Internet son sistemas de intercambio de información que sirven como canal de transmisión del conocimiento no sólo a espectadores "locales" sino que su contenido llega a otros países y a diferentes culturas.

### 1.- INTRODUCCIÓN

Cuando el profesor y catedrático, Alfonso López Yepes, me propuso participar en este I Teleseminario de Documentación Multimedia para la Televisión Educativa en España e Iberoamérica, que organiza la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI), con la colaboración de la Universidad Complutense, a través del Servicio de Documentación Multimedia de la Facultad de Ciencias de la Información, no me supuso un gran esfuerzo puesto que ya contaba con la experiencia de otros compañeros del departamento que habían participado en la I edición y con los que había intercambiado algunas ideas. Además, el profesor López Yepes con quien comparto otros proyectos a través de Multidoc me había manifestado en varias ocasiones la necesidad de participar en este nuevo intercambio de experiencias en el mundo audiovisual, sobre todo en la televisión, el cine y las posibilidades que cada día ofrece Internet.

Después de analizar, leer y ver los vídeos que el profesor López Yepes reunió en un CD.-ROM: "Documentación audiovisual y multimedia, medios de comunicación y televisión educativa iberoamericana", que formaban parte del I Teleseminario creí conveniente presentar cuál era la realidad europea en el mundo audiovisual y cuáles eran los pasos que se habían desarrollado en los últimos años, pues consideraba que de esta forma se podía entender mejor cómo estaba trabajando España en estos campos.

Cierto es que formamos parte de una Comunidad Ibeoramericana muy unida a la Madre Patria. Pero la distancia, sobre todo de acá para allá se está dejando notar cada día más. La realidad demuestra que existe una comunicación con los países hermanos de latinoamérica, pero es más bien a nivel institucional y político. Falta, pues, un acercamiento mayor que puede conseguirse con proyectos como el que estamos realizando desde las dos orillas del Atlántico.

También es cierto que desde España se mira cada vez más a Europa. Durante casi una década han ido llegando multitud de fondos para la educación, el empleo, la tecnología, el desarrollo de infraestructuras, etc., y toda esta política ha servido para que los españoles miren con otros ojos al Viejo Continente. Sin embargo, existe una certeza absoluta: España ha defendido en Europa, siempre que le ha sido posible, la idea de acercar a través de España la realidad de Latinoamérica a Europa.

Me quedaba, por tanto, analizar los avances que dentro de Europa se están estructurando en el campo de lo audiovisual, cine, televisión e Internet sobre todo, para que los latinoamericanos pudieran comprender las claves en las que se desenvuelve España y pudieran observar la trayectoria europea frente a los Estados Unidos, que es hoy en día su "enemigo" natural sobre todo en producción, distribución y exhibición cinematográfica. La situación audiovisual europea no se puede analizar sin tener en cuenta qué pasa en el mercado norteamericano, ya que esa es la batalla que se han planteado los dirigentes europeos para frenar el avance cada vez mayor, como luego veremos con cifras, de los norteamericanos.

La realidad es diferente. El espejo en el que se pueden mirar los latinoamericanos y los europeos es también desigual. Espero que al ofrecer informaciones sobre qué sucede en Europa, puedan ustedes aplicar y adaptar esos datos a sus necesidades en defensa de unos derechos audiovisuales en su continente. Siempre, claro está, salvando las distancias físicas y sociales de cada uno de los continentes.

Existe otra razón fundamental, en este caso de unión, entre España y Latinoamérica: el idioma común. Mientras que Europa parte de una política general en defensa de las diferentes lenguas y su riqueza educativa y social, España ha de tener siempre en el punto de mira el mercado español fuera de la Península. Son muchos millones bajo un mismo idioma que ya conviven con la música, el teatro, el cine y que pronto podrían intercambiar otros productos, bien sea a través de Internet o de cualquier otro sistema de redes.

En este sentido, no nos referimos a canales de televisión con el sello de "hispanos", pensados en inglés para gente que vive en los Estados Unidos. Se ha de respetar por ambas partes el idioma castellano con productos que siendo locales sean capaces de generar en la globalidad hispana una comunicación sin fisuras. Es, sobre todo, una forma común de que esos tipos generales que emplean los norteamericanos como símbolos de su cultura, arraiguen también en la institución hispana.

## **2.- PUNTO DE PARTIDA: LO AUDIOVISUAL**

Hoy en día, se parte de una realidad global, pues la educación aunque sigue centrada en diferentes áreas de influencia social, política y económica, ya está al alcance de muchas generaciones. Nos proponemos demostrar que todos los medios han influido en la educación, especialmente los audiovisuales ya que engloban los conceptos básicos de una educación: texto (fundamento clásico de la educación), sonido (complementariedad de la palabra) e imagen (desarrollo de otras percepciones en el espectador). Estos tres elementos forman un complemento básico que se ha desarrollado en el cine, se ha complementado en

la televisión y se integrará en Internet o en cualquier otro sistema de redes que aparezca en el futuro.

Tradicionalmente, la prensa ha contado con formatos propios realizados en las escuelas que se plasmaban luego en "el Periódico de la Escuela", y con posterioridad, las páginas especiales dedicadas al mundo de la educación y la enseñanza. Luego, la radio ha creado productos de consumo para una parte de la población que apenas tenía tiempo para acercarse a un centro educativo. También el cine que, sin tener una programación específica para la educación, ha servido como elemento de unión para que varias generaciones no sólo reciban una mínima educación sino que puedan desarrollar otras facetas profesionales.

La televisión, al ser un medio más cercano, ha gozado de más posibilidades. Así, se han creado programas específicos para ser impartidos en aulas globales dentro de un país e incluso concursos y trabajos seguidos en la pequeña pantalla por muchos estudiantes. La televisión, de todas formas, no ha aprovechado al máximo su potencial educativo, a pesar de que muchas cadenas han estado controladas por Gobiernos cuya responsabilidad fundamental es ofrecer educación básica a todo el mundo y complementaria a todas aquellas personas que puedan y quieran desarrollar actividades profesionales en un futuro, una vez que han logrado su certificación académica.

Este siglo está ofreciendo nuevas posibilidades al mundo de la educación. La llegada de un nuevo medio como es Internet ha servido para que los científicos intercambien de manera más rápida sus proyectos, sus ideas y sus experiencias. Sin embargo, la rapidez con que han crecido los servicios y productos que circulan por Internet ha obligado a esta Comunidad a desarrollar un proyecto nuevo Internet II, que retomando los orígenes les permita trabajar sin pérdida de tiempo. De esta forma, se avanza en el trabajo de los científicos pero se acorta la idea fundamental de que en Internet se puede conseguir cualquier información como punto de partida para llevar a cabo un nuevo trabajo educativo o profesional.

Otras realidades educativas irán apareciendo a lo largo de esta primera década del nuevo siglo, pero habrá que aprovechar aquellas con las que la humanidad ha desarrollado su saber durante muchas generaciones. Primero fueron los gestos, la expresión mímica la manera en la que los humanos se comunicaban. Llegó luego la palabra hablada y escrita como elemento indispensable para que la civilización avanzase y que ha sido junto a otras expresiones tratadas por la técnica el mejor método para progresar. Y el ciclo se cierra con la imagen, que no es otra cosa que un regreso a aquellas primeras expresiones, pinturas y bocetos de animales, símbolos con mensajes concretos, etc. La imagen, tratada técnicamente para el cine y la televisión, se ha convertido en el elemento educativo por excelencia.

El desarrollo de la imagen es parte de la propuesta que aquí presentamos. Para ello hacemos un recorrido por el cine y la televisión. No es un rastreo histórico en busca de pistas que determinen que ambos sistemas han sido importantes en el desarrollo educativo. Pretendemos partir de lo digital, es decir, desde que todo se puede convertir en bits y fundamentalmente la década de los 90 del siglo XX, ya que fue en ese tiempo cuando la

digitalización de las imágenes logró su máximo desarrollo, a expensas de lo que suceda en el futuro. Y todo este tratamiento es válido para la educación porque puede almacenarse de forma más rápida y sencilla y consecuentemente trasladarse a otros soportes.

Tradicionalmente, uno de los principales problemas que aparecen en la educación es el desarrollo de los materiales con los que trabaja el profesor y sus alumnos. Durante muchos años la única realidad ha sido el papel, a través del libro de texto. Sin embargo, hoy en día ha cambiado todo este proceso, pues la producción, el desarrollo y el intercambio de documentos sonoros y audiovisuales empieza a ser una realidad entre las diferentes universidades y empresas que existen en el mundo. Y baste como ejemplo esta experiencia a través de un satélite, lo que permite que ideas desarrolladas por profesores de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense y de otras empresas españolas puedan ser compartidas, contrastadas y rebatidas por otras Universidades y otros expertos latinoamericanos.

### **3.- EL CINE EN UN MUNDO DIGITAL<sup>1</sup>**

"El cine es el arte de las imágenes en movimiento, una representación no más fiel de lo que pueden ser una pintura, jeroglíficos o la capilla Sixtina. Lo que los artistas encuentran es la verdad tras la verdad"<sup>2</sup>. Esta definición de Georges Lucas nos sirve de punto de partida para enlazar la historia de la humanidad en imágenes. Antes citábamos las pinturas rupestres, los jeroglíficos y las primeras expresiones de arte, porque aquellos artistas creían que era una forma de transmitir ideas a otras personas que pudiera entender su significado.

Han pasado ya más de cien años desde que los hermanos Lumière lanzaron un nuevo producto al mundo. En aquellos comienzos nadie creía que acabaría convirtiéndose en arte, en el principal fenómeno artístico del siglo XX como defienden muchos intelectuales, sobre todo desde la perspectiva de un fenómeno social que llegaba a muchas personas. Además, al principio, se exhibió como una atracción de feria junto a otros artistas que desarrollaban un arte real frente a una forma mágica de mostrar imágenes.

En ese sentido, el cine abrió paso a la televisión. Tuvieron que pasar muchos años para que el público asumiera un proceso técnico que en algunos casos constituía un ataque a las ideas religiosas porque aparecían seres que en la pantalla morían y luego "resucitaban" y caminaban entre el resto de mortales. Existen muchas películas que recuerdan el origen del cine, de aquellos cinematógrafos que iban dentro de un carromato y que ofrecían sobre todo una función divertida, no tanto educativa, aunque la realidad de aquellos años era diferente a las necesidades que hoy viven la mayoría de los espectadores.

---

<sup>1</sup> La mayoría de los documentos manejados en este trabajo han sido obtenidos en Internet, pues se pretende contar cuál es la realidad del cine educativo en los últimos años, y la mejor manera es conocer los últimos acontecimientos. Hay otra razón poderosa cuando se trabaja con Nuevas Tecnologías: dentro de Internet existen autores que aunque no han publicado en editoriales serias y rigurosas, ofrecen interesantes trabajos, bien documentados y con aceptables propuestas. En todas las referencias bibliográficas se facilita la dirección de Internet para que quienes deseen ampliar la información puedan acudir.

<sup>2</sup> Lucas, Georges. "Las películas son simplemente ilusiones". En: *Premier*, febrero de 1999. Véase el artículo completo en [http://loresdelsith.unicyber.org/c\\_lucasfrprem.htm](http://loresdelsith.unicyber.org/c_lucasfrprem.htm)

Durante muchos años, la única razón del cine fue mostrar otras realidades. Como el público asistente era muy heterogéneo, las aplicaciones educativas estaba consideradas de soslayo. Primero se buscaba entretener, luego sorprender y en todo caso que vivieran una experiencia que de ninguna otra forma podrían realizar.

Sin embargo, hay un aspecto educativo en la larga historia del cine. Todo aquello que es nuevo significa abrir la mente a quienes lo estaban viendo. Quizás los que presenciaban una película entendían que aquello era mágico, o una ilusión como afirma Georges Lucas, pero a su alcance estaban otros países, otras civilizaciones y otras culturas que nunca habían imaginado. Se trataba de mostrar situaciones desconocidas para la mayoría de los espectadores y aunque durante varios años vieran la misma película, al final se encontraban ante una nueva situación, la que cada uno asumía desde una nueva perspectiva social o religiosa.

Existen multitud de historias sobre el cine en general, sobre cada uno de los diferentes aspectos y significaciones, pero el avance más real en el campo de la educación se está produciendo actualmente, ya que hemos de partir de un concepto clave: la imagen digital dentro de la industria cinematográfica. Precisemos antes una idea. Cualquier película, hasta la peor realizada, aporta elementos educativos. Por lo tanto, no analizaremos películas (aunque mostraremos alguna experimental), ni contenidos, aunque esta última parte la trataremos después, sino que intentaremos descubrir cual es la realidad en la que se encuentra el cine en la era digital.

Este cine parte de una idea más global. Las producciones son más baratas, se eliminan parte de los decorados y zonas de rodaje exterior y se introduce dentro de un sistema informático. Este producto cambia radicalmente la forma enviar y exhibir. La realidad digital posibilita que aquellos contenidos cinematográficos que han sido producidos, grabados y realizados de forma digital se puedan enviar por una red a cualquier usuario. En este sentido, estamos personalizando el cine.

En una investigación que llevé a cabo entre 1994-1996<sup>3</sup> desarrollé la idea de que cualquier contenido que sea digitalizado puede entregarse de forma personalizada. En este caso, la referencia era sobre periódicos digitales, en la que los usuarios podían obtener periódicos ya elaborados o bien coger aquellas informaciones que puntualmente les interesaran y elaborar su propio periódico.

Esta forma de hacer y mostrar publicaciones impresas en redes digitales se ha podido llevar a cabo porque antes se han suprimido varios procesos de elaboración y producción. Mientras el periódico impreso necesita tinta y papel, el digital utiliza una red para entregar el producto. Si bien, desde entonces, los avances han sido importantes y hay empresas que facilitan los contenidos de sus publicaciones dos o tres veces al día de forma personalizada, en un futuro próximo cada usuario determinará que partes y de que periódicos quiere recibir la información.

---

<sup>3</sup> Marcos Recio, Juan Carlos. *La documentación electrónica en los medios de comunicación*. Madrid, Fragua, 1999.

Si bien son dos campos distintos, el cine también ha mejorado su forma de producir y distribuir. El principal problema que aún nos encontramos para aplicar esa misma metodología al mundo del cine es el tratamiento de las imágenes. No es lo mismo enviar texto por Internet que transmitir imágenes. En todo caso, hay una realidad empresarial que se está preparando para cuando el mercado determine que las películas se han de producir para que puedan ser vistas en poco tiempo, lo que implica un recorte de tiempo en su elaboración y distribución. Si este proceso está apoyado por las grandes empresas distribuidoras, la realidad será que cada persona podrá optar a conseguir una película o aquellas imágenes que más le motivan dentro de una película. En este sentido, estaríamos personalizando el cine y también ofreciendo aquellos elementos básicos que cualquiera podría transmitir a otra comunidad, con lo que se garantiza un proceso educativo para muchas personas.

Otra realidad bien distinta es que las grandes multinacionales estén dispuestas a que el cine circule por la red, aunque sea pagando. No quieren aceptar una realidad que ya ha funcionado en otros campos. No se trata sólo de los periódicos digitales. El ejemplo más reciente por parte de los usuarios es la música. Miles y miles de usuarios se han apoderado de todo tipo de música, de forma gratuita, para escuchar, divertirse o estudiar aquellas obras clásicas de la musicología.

Aunque este es un proceso aún inacabado, pendiente de un juicio, se ha abierto una brecha importante para que otras empresas en otros sectores se den cuenta de la importancia que tiene la red Internet. Y todo gracias al proceso digital. Todo lo que se puede convertir en bits se puede enviar por la red Internet. Aquí, el mundo de la educación ha de beneficiarse plenamente, pues la mayoría de las ideas están escritas, o grabadas, con lo que resulta muy fácil enviarlas a otras culturas que necesitan ampliar sus estudios o desean crear nuevas herramientas profesionales.

Hay, pues, una serie de elementos que hemos de analizar y que se dejan notar en el resultado final. Cambia la producción, la realización, el tratamiento de los personajes, incluso hay quien ya de forma aventurada arriesga a decir que pronto el cine se hará sin actores de carne y hueso y esto no es ciencia-ficción sino realidad tal y como sucede en Toy Story. Pero hay unos pasos previos.

### **3.1- Algunas producciones pioneras**

Leonardo D'Espósito y Diego Lerer<sup>4</sup> han reconstruido en un artículo parte de la película *Vértigo* en una ciudad como San Francisco y con la cámara en lo alto de un edificio. *"La imagen es guardada, conservada, digitalizada y, con el correr de los días, se tornará irreconocible. La cámara hará el mismo recorrido, guiada por una computadora sobre una pantalla azul. A partir de allí, aparecerá gente donde no la había, edificios virtuales cubrirán a los existentes y los que sobrevivan lucirán como nuevos. Autopistas sobrevolarán la zona y el cielo cobrará un brillo inédito, que no existía en el plano original. Bizarros monumentos de ciencia ficción (un dólar gigantesco, impactantes*

---

<sup>4</sup> D'Espósito, Leonardo M. ; Lerer, Diego. Cine digital. Una nueva era.

*monolitos...) darán al plano un "look Blade Runner" sobrecogedor. Y en unas semanas, Industrial Light & Magic (o ILM, el preciado nidito digital de George Lucas, [www.ilm.com](http://www.ilm.com)) tendrá un escenario virtual para incluir en su última producción".*

Algunos pasajes del cine clásico se reproducirán para que no sólo los amantes del cine, sino cualquiera que circule por la red Internet tenga una nueva versión digital de algunas películas. Siempre habrá quien critique las nuevas formas de modificar obras maestras del cine, pero no se trata solo de cambiar planos o situaciones, sino de dar más facilidades a quienes antes sólo tenían la opción de la televisión.

Se abre un campo experimental en la educación muy importante, pues los futuros realizadores o cualquier amante del cine podrá experimentar otras situaciones. ¿Cuántas veces no hemos deseado otro final para la película que estamos viendo? Ahora se podrá adaptar al gusto o las necesidades de cada uno, aunque aún ha de pasar un tiempo para poder hacer realidad esta manera de hacer cine. En todo caso, hay que contar con un equipo que no es barato y que tardará muchos años en llegar a los aficionados que deseen introducir algunas aspectos en las películas. No es una tarea fácil, ya que implica diversos factores, entre ellos sociales y políticos, pues se pasa de un control sobre ciertas imágenes a lo que muchos expertos llaman la "democratización de las imágenes", como algo que será de uso común entre los que trabajen en la red, algo más lejos del llamado cine de autor, tal y como señalan D'Expósito y Lerer: *"En pocos años (al menos para aquellos que tengan el dinero para hacerlo) se acabarán el celuloide, los sets de filmación, los escenarios naturales y hasta es posible que los actores. Las películas (aunque en realidad sería inútil llamarlas así) se transmitirán desde un control central directamente a los cines, e Internet será un potencial medio de distribución eficaz para el cine del siglo XXI. Para algunos, lo que se avecina se acerca a la tragedia: el fin de un arte humanista convertido en una pesadilla corporativa. Para otros es todo lo contrario: la definitiva democratización de la imagen, la -por fin- certera posibilidad de llevar a la pantalla todo lo imaginable en una suerte de indiscutible cine de autor".*

Hay otros aspectos técnicos, además de los puramente sociales y democráticos. Para ello, hemos de recurrir a ese excelente trabajo de Georges Lucas en el que explica algunas de sus últimas aplicaciones en el cine digital y las razones que le han llevado hasta cambiar su forma de trabajar. Lucas, que se define asimismo como un narrador de historias, cree que el cine en el siglo pasado fue el del celuloide y que en el siglo actual será el del cine digital, no sólo en la producción sino en la decoración, servicios, etc. Lucas cree que en un futuro breve se verá mejor, se escuchará mejor y se creará más en lo que se está viendo.

Cuando habla de la tecnología digital, la que él tanto estaba esperando para seguir creando personajes tan interesantes, lo hace reflexionando sobre el rendimiento que aporta en todo el proceso de creación del cine. En otras palabras, habrá nuevas herramientas y más posibilidad para hacer cine: *"En un futuro muy próximo, las películas serán rodadas y proyectadas digitalmente. La imagen registrada irá directamente a un ordenador, y lo esencial de la postproducción se hará por ordenador. Mucha gente deberá aprender nuevas técnicas de creación. Pero también hace mucho que pasamos del mudo al hablado, del blanco y negro al color; estoy seguro de que pasaremos sin problemas al digital. Aún*



*se harán películas mudas en blanco y negro. Incluso en la era digital. Porque hay millones de formas de contar historias. La paleta del creador se agranda día tras día".<sup>5</sup>*

Este pensamiento, ya plasmado en algunas películas, es compartido por otros muchos expertos en Nuevas Tecnologías. Internet ha llegado para un mercado muy amplio, desde la música, el sonido, la imagen, pero también la palabra. Ninguna tecnología va a suplantar de forma definitiva a otra; de ahí que Georges Lucas siga creyendo en un cine en blanco y negro y en un cine mudo con muchos seguidores. Por tanto, el cine digital ha de contar con los ordenadores como herramienta indispensable no sólo para la producción y la postproducción sino también para la creación y la distribución. Es, sobre todo un nuevo proceso global que asumirá todo aquello que el cine tradicional ha aportado a lo largo de más de cien años. El cine digital trabajará para un nuevo público que no desea recibir las películas en una pantalla gigante y acompañado de otras personas, sino en su ordenador portátil o en todo caso en un DVD.

Para llegar a un mercado, fundamentalmente de entretenimiento, pero también comprometido con otros usos como el educativo, el cine ha de asumir la evolución que las herramientas tecnológicas ponen a su disposición. Películas que hace una década resultaban muy costosas en su realización y casi imposibles en algunas pautas marcadas por los guionistas, encuentran hoy en día una nueva manera de creación.

Pero a este nivel no se ha llegado de manera inmediata. El proceso se ha generado en el mundo del cine, sobre todo en el caso de algunas superproducciones que se han visto obligadas a enfrentarse a serios riesgos de producción para hacer realidad un determinado monstruo o un gigantesco planeta. Si bien, los ordenadores ya vienen trabajando desde hace más de cuatro décadas, su llegada al mundo del cine es más reciente, a pesar de que era un campo en el que los guionistas ofrecían muchas ideas que un buen equipo informático podría resolver.

Desde que Mèliés filmó aquellos hombres en "Viaje a la luna" a principios del siglo pasado, cada década ha ido aportando avances significativos, aunque en un devenir demasiado lento y aplicado en escasas películas. Uno de esos momentos significativos que luego se han aplicado al mundo de la publicidad, por ejemplo, son las escenas de King Kong, un monstruo que asoma por encima de los rascacielos.

En los años 70, con la televisión como complemento, se crean algunos productos audiovisuales que abren el campo de visión del cine. Lo mismo que aparece una obra escrita sobre el futuro, 1984, de George Orwell, el cine también ofrece esa visión sobre como será la civilización gracias a los efectos especiales, algo que hasta entonces apenas se tenía en cuenta, al menos a ese nivel. En efecto, hay un antes y un después de 1968, año en que Stanley Kubrick entregó "2001, una odisea en el espacio".

---

<sup>5</sup> Lucas, Georges. "Las películas son simplemente ilusiones". En: *Premier*, febrero de 1999. Véase el artículo completo en [http://loresdelsith.unicyber.org/c\\_lucasfrprem.htm](http://loresdelsith.unicyber.org/c_lucasfrprem.htm)

### 3.2- ¿Cine sin actores?

Casi una década después se produce otro hecho significativo con la llegada de "La guerra de las galaxias". Esta película supone el uso del ordenador como una herramienta más del trabajo en el proceso de creación, aunque sigue siendo el hombre quien maneja a la máquina y no al revés, si bien en el cine a veces da la sensación de que sucede así. En todo caso, esas herramientas han de ayudar y complementar la tarea humana. Ya hay quienes creen que el cine se hará sin actores, pues ciertos programas informáticos facilitan considerablemente la manera de hacer cine. La realidad, a juicio de Georges Lucas, pasa por aprovechar la tecnología con sentido, sin abusar de ella: *"Los ordenadores son manipulados. Creer que son capaces, ellos solos, de hacer películas, o que los personajes dibujados digitalmente no están concebidos por los hombres, jeso sí que es ciencia ficción! No es que los directores ya no necesiten inspiración porque la digital sea una tecnología más sofisticada. ¡Todo lo contrario! Siempre se necesitarán actores para interpretar y poner voz. Sean humanos o creaciones de estudios de animación estos actores, siempre son humanos quienes comunican con humanos"*.<sup>6</sup>

Y lo dice una persona que ha esperado a la tecnología con devoción y que la sigue empleando para aquellas secuencias que antes tardaban en prepararse varios meses y que hoy se pueden reproducir dentro de un ordenador. Por tanto, detrás de todo el proceso para hacer una película está el ser humano.

Otro dato significativo en esta carrera del cine por lo digital fue la película "Parque Jurásico", que combina elementos clásicos del cine de acción y aventuras con efectos especiales gracias a la producción por la ILM. Luego este sistema se ha aplicado en otras películas como el Episodio II de "La Guerra de las Galaxias" o en la producción de Disney sobre los dinosaurios. Todo esto se aplicó en el mundo de la animación, en la película "Toy Story".

Pero ¿cómo se ha llegado a esta tecnología? El resultado es un esfuerzo común entre las empresas informáticas y las productoras de cine que quieren recortar gastos en la producción y resolver con los ordenadores las escenas difíciles de realizar en la práctica diaria de un rodaje. A comienzos de la década de los 90, del siglo pasado, Kodak presentó la Kodak Cineo Genesis 36 que permitía el cambio de imagen de celuloide a digital y viceversa. Aunque se trataba de un gran paso, nada comparado con otros sistemas más actuales. Sin embargo, entonces significó mucho en la industria del cine, como señala Christian León: *"Para el mutilado Gary Sinise, de Forrest Gump es posible mostrar con entera libertad su extremidad recortada y para James Bond colgar de enormes turbinas en funcionamiento. Sylvester Stalone escala empinados picos nevados en la seguridad de un gran estudio y Schwarzenegger se transforma en una masa poliforme de mercurio"*.<sup>7</sup>

El sistema del futuro está siendo experimentado en películas recién estrenadas, como el Episodio II de "La Guerra de las galaxias". Wim Wenders rodó por completo con

---

<sup>6</sup> Lucas, Georges. "Las películas son simplemente ilusiones". En: *Premier*, febrero de 1999.

<sup>7</sup> León, Christian. "El Cine en la era digital".

vídeo digital de alta resolución, gracias a la cámara de Sony HDW-900. *"En realidad, utiliza cassettes de vídeo ligeramente más pequeños que los normales. La imagen captada pasa a través de un prisma que la separa en espectros de luz roja, verde y azul... Luego tres chips fotosensibles analizan la imagen, convierten los datos a formato digital y los graban en el cassette... Las imágenes son transferidas a los discos duros de computadores especializados en edición y efectos especiales"*, según explica Marcelo Córdova<sup>8</sup> en un artículo publicado en La Tercera Mundo Digital. El proceso finaliza cuando las impresoras láser graban la imagen en película normal para exhibirla en la gran pantalla.

Gracias a Sony, Lucasfilm y Panavisión hoy en día se puede hacer cine con otros predicamentos técnicos, siempre y cuando se pueda acceder a estos equipos que suelen ser caros para quienes desean hacer cine sin estar dentro de una productora, pues la cámara ronda los 100.000 dólares y las lentes entre 30.000 y 50.000 dólares.

El resultado técnico parte de *Industrial Light and Magic* quien creó un software especial. Por su parte, Panavisión ofreció una herramienta tridimensional, la Panascan y a ello se unieron las lentes de Primo Digital, como referencia Marcelo Córdova. Estas herramientas se crearon específicamente para la cámara HDW-F900 que ya se ha utilizado en algunas películas.

En este sentido, se está pasando de la imagen fotoquímica a la digital. Se trata de una serie de puntos luminosos llamados píxeles que se ordenan en la pantalla, dependiendo del programa informático que se utilice. Según Christian León la síntesis digital "permite la construcción de imágenes que no poseen un referente analógico fuera de la pantalla, que la cámara no ha filmado o registrado". Todo esto implica que quienes modifican esas imágenes, normalmente los infográficos, cuando alteran un fotograma pueden cambiar el resultado final, es decir, la percepción del propio espectador.

Quizás Christian León va demasiado lejos, pero la realidad está demostrando que hay herramientas técnicas que cada día pueden hacer lo mismo e incluso mejor que la tarea de interpretar que hacían los actores. El futuro inmediato decidirá para qué sirve la técnica y cómo debemos emplearla: *"Incluso el cine sin actores, ni locaciones es ya una realidad: Toy Story lo probó. Si Ben-Hur requirió 12.000 hectáreas de terreno y el trabajo de más de 1.000 obreros, la ciudad submarina de Naboo, o el planeta Curuscarrlt de Episodio ocuparon extensiones así de colosales, pero medidas por Gigabytes. Todo esto es posible gracias al libre tránsito de la imagen fotoquímica a la imagen fotográfica"*.<sup>9</sup> Esta imagen está modificando algunos planos y creando otros nuevos que complementan la creatividad del director.

---

<sup>8</sup> Córdova, Marcelo. "Grandes producciones de cine transitan hacia la era digital". En: <http://www.tercera.cl/diario/2000/06/01>

<sup>9</sup> León, Christian. "El Cine en la era digital".

### **3.- Europa, en busca de su identidad audiovisual**

A pesar de que Europa es la cuna del cine, el desarrollo y la gran expansión se han producido en los Estados Unidos. Al Viejo Continente le queda, por el momento, la opción de hacer de vez en cuando películas de calidad, que aunque no llegan a millones de espectadores, al menos pasan a ser consideradas por los amantes del cine como obras maestras. Sin entrar tampoco en una polémica, muchos de los grandes realizadores son europeos, aunque la mayor parte de su carrera la hayan desempeñado en el continente americano.

¿Cómo se llega a esta situación de dominio en la industria del cine? ¿Quién impone los cánones para que siga siendo más fuerte la industria en EE.UU? ¿Cómo se puede reconducir el trabajo cinematográfico que se hace en Europa para que sea más competitivo? ¿Es necesaria una política de apoyo a través de subvenciones hasta que el cine pueda caminar y enfrentarse al coloso americano?

Estas y otras muchas preguntas son difíciles de responder, pero acercándonos a ellas podríamos conocer mejor la actual situación del cine en Europa en contraposición a lo que se está haciendo en Estados Unidos. Sólo así, descubriremos la gran penetración que tienen ciertos productos norteamericanos en Europa. Precisamente, el gran logro de la industria de Estados Unidos fue crear prototipos que eran aceptados en cualquier parte del mundo, porque se reflejaban en una cultura global. Cierto es, también, que otras muchas expresiones han sido impuestas, desde maneras de vestir, hablar o practicar ciertos deportes, pero todas ellas mostraban una realidad global de la sociedad americana a la que el resto de países quería llegar.

Mientras tanto ¿qué pasaba en Europa? Hemos de partir de una realidad muy diferente a la norteamericana, ya que el mercado europeo está mucho más fragmentado en sus diferentes lenguas, culturas y formas de pensar. El cine que durante muchos años se realizó tan sólo mostraba aspectos significativos de un país, con su código propio y con una pequeña pretensión en cuanto a su público: los espectadores de ese país concreto.

Han faltado, tradicionalmente, producciones entre países con un sentido comercial más poderoso. En este tipo de producciones, el reparto de actores, presupuesto y distribución se hacía entre aquellos países que participaban en la película. Son escasas aquellas producciones que tenían como fondo una película para todo el mercado europeo.

Esto es casi una utopía. O lo ha sido hasta ahora. La realidad de una Europa unida, cada vez con más países y con propuestas globales que se apliquen en todo el continente, ha de suponer que muchos trabajos cinematográficos se harán con el fin de distribuirlos por todo el continente. Aún así, políticamente se sigue defendiendo una diversidad cultural y lingüística, lo que limita en cierta medida un mercado más grande. Frente a un único idioma, el inglés, Europa trabaja con varias lenguas y diferentes realidades sociales, culturales y étnicas, que siguen siendo muy importantes no sólo para el entorno en donde se desarrollan sino también para la cultura en general.

Con frecuencia, algunas películas que demuestran una realidad particular, cotidiana y común en algún pueblo de Italia, España, Francia, Rusia o Dinamarca reciben un importante galardón en los festivales de cine. Esa calidad, sin embargo, no se transforma en una avalancha de espectadores. Y es que una cosa es la calidad y otra el control sobre la distribución, al que luego me referiré.

Desde el punto de vista del cine educativo esta es la gran ventaja de Europa. El Viejo Continente se adapta mejor a las necesidades y demandas de una sociedad que considera al séptimo arte como una forma de unir a la sociedad, de proponer nuevas alternativas para vivir o de mostrar aquellos aspectos oscuros de la realidad humana para que cada individuo acepte otras formas de vida. Es, ante todo, un cine con más moraleja, un cine que entretiene menos pero que educa más, que se aproxima a la realidad social para que los espectadores extraigan aquellas ideas que antes se transmitían en la escuela y que hoy en día encuentran un apoyo en el cine.

Dicen algunos expertos europeos que trabajan en el campo audiovisual que cada día existe una mayor preocupación por parte de los espectadores sobre la calidad de las producciones. El fenómeno de la violencia es quizás el que más está presente y estos expertos consideran que se ha de orientar a los jóvenes para que no imiten ese camino y a los niños preservarlos y ofrecerles "programas que entretengan y eduquen a la vez". Este es un camino para hacer una industria europea que sea competitiva y sólida y al mismo tiempo pueda enfrentarse a otras producciones que se han colocado dentro del Viejo Continente.

Por tanto, el cine educativo englobaría a la mayoría de las producciones que se hacen en Europa, pues en casi todas las películas se cumplen esos dos objetivos. Si bien, dependería de cual es el prisma con el que se sigue una película, pues hay expertos que consideran que la mejor manera de educar, de enseñar a los jóvenes es mostrarles el grado de violencia con el que se tienen que enfrentar.

La Unión Europea lleva ya varios años diseñando una política audiovisual que engloba todas las actividades de la televisión, pero también del cine y todo aquello que tiene que ver con las Nuevas Tecnologías. Se sigue pensando en un cine educativo, comprometido con la realidad social, que respete cada lengua y cada cultura, pero al mismo tiempo se apuesta por productos que puedan ser competitivos y se enfrenten a la gran potencia del cine norteamericano.

Una parte importante de ese trabajo audiovisual se llevó a cabo cuando el español Marcelino Oreja Aguirre era miembro de la Comisión Europea y responsable de la Cultura y de la Política Audiovisual. Bajo su mandato creó un Grupo de alto nivel de política audiovisual<sup>10</sup> con el fin de resolver cuál era la situación general del mundo audiovisual en Europa y plantear las resoluciones sobre el futuro de la televisión y el cine en Europa.

---

<sup>10</sup> Este Grupo estaba compuesto, además de Marcelino Oreja, por Francisco Pinto Balsemao, José María Bergareche, Hervé Bourges, Liliana Cavani, Michael Kuhn, John McGrath, Jan Mojto, Albert Scharf y Boleslaw Sulik.

Las razones y justificaciones para crear este grupo parten de una necesidad en Europa de mejorar la producción audiovisual. Este Grupo pretendió resolver cómo la industria europea de producción de programas (películas, televisión, multimedia) tenía que adaptarse a una nueva realidad que políticamente ya existía. Otra de las justificaciones, importante desde el punto de vista educativo, era cómo podían ayudar las autoridades europeas y las de cada país miembro a la industria europea para que se enfrentara a los nuevos desafíos industriales, culturales y sociales.

El Grupo<sup>11</sup> centró su trabajo en cuatro aspectos fundamentales:

I. Los medios de comunicación y el modelo europeo de sociedad: en el que se incluían trabajos sobre la importancia de los medios de comunicación en Europa, su evolución tecnológica y la incidencia de esas tecnologías en un mercado global que en esos momentos se estaba fraguando.

II. Mejorar la competitividad de la industria audiovisual europea: buscando un marco en el que desarrollar esa industria y la financiación de la producción audiovisual por la televisión.

III. El papel de las autoridades públicas en los medios de comunicación: para que estos reflejen un servicio público que esté regulado y que incluya una normativa sobre los derechos de autor.

IV. Del sistema dirigista a la competencia del mercado: las perspectivas de la industria audiovisual en Europa Central y Oriental.

El punto de inflexión para los europeos es Estados Unidos. Desde el Viejo Continente se pretende reducir, en lo posible, la cuota de mercado que tiene en desventaja, tanto en el cine como en la televisión. Para ello, en el informe "Mejorar la competitividad de la industria audiovisual" se facilitan las pautas que ha de seguir la Comunidad Europea para poner un freno a los americanos.

En los países europeos existe una duda razonable, ya que muchos piensan que el único que puede enfrentarse al cine y la televisión americana es una Europa unida, pues ningún otro continente tiene los medios, la riqueza de idiomas y culturas como para competir con ellos. El problema es sobre todo económico. Ya se han mencionado razones del idioma y la infraestructura social de cada estado miembro, pero a los europeos les resulta más caro elaborar el producto tanto para cine como para televisión. Así pues, aquí se han de rebajar los costes de producción, pues el mercado americano los amortiza en su propio espacio geográfico, con lo que de salida goza ya de ventajas.

La Unión Europea ha de mejorar también la forma de comercializar y exportar sus trabajos audiovisuales, empleando una publicidad más agresiva y eficaz, para lo cual invierte cantidades muy importantes en la promoción de sus productos, a veces prohibitivas para la realidad europea.

---

<sup>11</sup> Una parte importante de las referencias bibliográficas que se han empleado para conocer la realidad europea en el marco audiovisual de cine y televisión y que se citarán en las siguientes páginas se han tomado de la siguiente dirección en Internet: [http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key\\_doc/hlg\\_es.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key_doc/hlg_es.htm)

Pero el mayor logro del cine americano es que ha buscado su propia identidad. En Hollywood saben realmente qué demandan los espectadores en cada momento y aunque algunas producciones sean excesivamente muy "americanas", el resto se presentan bajo un tipo de lenguaje audiovisual universal. Este lenguaje es el que facilita la comprensión por parte de cualquier tipo de espectador de roles y significados muy diversos, pero fáciles de asumir por un espectador de Hong Kong, Manila o Estocolmo.

A pesar de todas estas adversidades, el mercado europeo está creciendo y se plantea ya pequeñas batallas frente al coloso americano. Así, según un estudio realizado por la Comisión Europea sobre su crecimiento del mercado audiovisual, se estima que su participación en los ingresos del sector crecerán del 28% de 1995 al 30% en el 2005, con un aumento real de ingresos de un 55% en ese período. A ello contribuirá de forma especial, los nuevos productos como la televisión interactiva y los servicios multimedia.

En ese mismo estudio se indica que la cuota de mercado de los distribuidores de programas europeos aumentará sobre todo en cine, vídeo, televisión de pago, televisión interactiva y televisión multimedia. La razón es básica, pues parte de esos productos empiezan a tener contenidos importantes y consecuentemente espectadores. Además, en productos dominados claramente por los Estados Unidos, el incremento de productos europeos pasaría de un 13% en 1995 a un 21% en el 2005, siempre y cuando se mantengan las políticas de apoyo por parte de las autoridades europeas.

Mientras tanto, ¿cuál es la asistencia del cine en Europa? Últimamente está mejorando y según datos oficiales ha crecido un 7,3% con respecto a los últimos años, gracias sobre todo al crecimiento de salas y al aumento de los multicines. A pesar de todo, las películas europeas han descendido su cuota de mercado del 19 al 10% desde 1995.

¿Cuáles son las razones de esta situación?. Europa tiene un déficit comercial de varios miles de millones de Euros en la industria audiovisual de los Estados Unidos. Las posibles causas son los ingresos que obtienen de televisiones de pago que controlan productoras de cine, la exportación de sus productos y la creación y explotación de canales englobados en una estrategia común que incluye cine, parques temáticos y canales propios de televisión, como sucede con Disney que dispone de estos tres elementos técnicos.

¿En qué se basa la fuerza del cine norteamericano? En dos aspectos básicos: producción y distribución y exhibición. En Europa, tal y como indica el informe "Mejorar la competitividad de la industria audiovisual europea" la producción está creciendo, pero no así la distribución. *"En 1996 se produjeron 669 películas (412 producciones nacionales, 242 coproducciones) frente a las 421 de los EE.UU. y 279 en Japón)<sup>12</sup>. Sin embargo, las películas europeas han tenido bastantes problemas de distribución, especialmente fuera de sus países de origen. Los índices de exportación en la Unión Europea (porcentaje de autorizaciones para el mercado exterior, con respecto a las autorizaciones para el conjunto de la Unión Europea, incluido el mercado nacional) son reducidos en Alemania*

---

<sup>12</sup> Informe: "Mejorar la competitividad de la industria audiovisual europea". En: [http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key\\_doc/hlg\\_es.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key_doc/hlg_es.htm)

(8,8%), Francia (16,2%) e Italia (27,9%). Las películas británicas, por su parte, obtuvieron dos tercios de sus autorizaciones de exportación a otros países de la UE".

Así pues, tanto en la producción como en la distribución, la industria norteamericana sigue mostrándose fuerte y el déficit comercial entre ambos sigue creciendo y afianzándose, pues como indican otros datos del mencionado informe en 1996 "la industria cinematográfica norteamericana obtuvo más ganancias en los mercados exteriores -12.095 millones de dólares frente a los 9.803 de su mercado interior".

#### **4.1 La importancia de la calidad y los contenidos**

Otro tanto sucede con la exhibición. Hoy en día no basta sólo con producir películas, hay que pensar también en dónde y en qué condiciones se van a exhibir. La exhibición tiene que ver con la calidad, ya que son los propios espectadores quienes demandan un determinado producto y también con los contenidos. ¿Por qué calidad y contenidos? Son dos razones fundamentales de la industria audiovisual y en la última década del siglo pasado se llevaron a cabo varias fusiones o compras de empresas que tenían películas -contenidos- con empresas que disponían de medios para gestionarlos.

Últimamente, donde mejor se han visto estas fusiones es dentro de Internet. Como plataforma de unión entre millones de consumidores, la red Internet ofrece gratis muchos contenidos, pero donde se ha de librar la "gran batalla" es en el mundo de lo audiovisual; de tal forma que quien más películas tenga podrá garantizar a los conectados un tiempo de ocio. Si además les muestra calidad, será una doble justificación.

El problema es que muchos países europeos han tardado mucho tiempo en ofrecer contenidos y calidad en sus películas. Se prefería un producto barato y rápido a una producción de calidad. Ni siquiera desde los organismos rectores del continente se han planteado a fondo la producción de grandes películas en las que varios países compartan protagonismo e inversiones. Se han hecho algunas coproducciones entre varios países, pero motivados más por un sentimiento nacional del personaje principal que por el interés y la demanda de los espectadores.

Por este motivo, ha de mejorar la producción europea para que todo el proceso de creación, preparación, documentación y realización de una película se haga con las máximas garantías. Y estos dos elementos, calidad y contenidos están estrechamente ligados con la exhibición, ya que los productos se demandan bajo estas dos premisas. *"Europa no ha reconocido todavía la importancia estratégica de controlar el conjunto de derechos sobre los contenidos de calidad. No se trata de una mera consideración cultural: quien controle los derechos sobre los contenidos, influirá considerablemente sobre el modo en el que serán distribuidos. De hecho, el control del contenido no sólo confiere el control sobre la distribución, sino sobre la exhibición también: por ejemplo, las grandes distribuidoras norteamericanas están invirtiendo importantes sumas actualmente en comprar salas de cine en Europa".*<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Informe: "Mejorar la competitividad de la industria audiovisual europea". En: [http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key\\_doc/hlg\\_es.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key_doc/hlg_es.htm)



Esa otra realidad, disponer de los locales donde vender el producto se ha generado ante la pasividad de empresas europeas que veían como el mercado se quedaba en manos americanas. Si desde Europa se aprovechan al máximo las posibilidades que ofrece una nueva distribución, al enviar las películas por red o en soportes cerrados como el CD-ROM o el DVD, se habrá frenado la invasión de películas americanas. Lo que en un principio parecía significar un rechazo a los grandes templos del ocio en Europa, con varias salas de cine, con multitud de juegos y discotecas ha terminado por convertirse en el centro de reunión de muchos jóvenes, que siguen siendo los potenciales clientes de las salas cinematográficas.

La demanda de contenidos audiovisuales, impulsada desde las nuevas generaciones, ha de tener presente una doble realidad. Por un lado, la producción será propia, es decir, productos europeos y, por otro, se ha de producir una mezcla entre los materiales de archivo, válidos para muchas producciones interesantes y lo que cada año pueda generar la industria audiovisual europea.

Pero se debe mantener una opción prioritaria: el mercado que forman todos los países europeos. Ya no se trata de diferentes idiomas, culturas, etc., sino de emplear un lenguaje universal que entiendan todos, tal y como se ha hecho durante muchos años en Hollywood. Somos un continente que cuenta con excelentes creadores en todos los campos, auténticos artistas y genios de lo audiovisual, y eso significa ya un punto de partida interesante. Si partimos de nuestro mercado, si lo conquistamos, otras zonas del mundo verían con buenos ojos nuestra presencia frente al gigante norteamericano. Así, lo creía Marcelino Oreja, en un discurso pronunciado en Madrid el 17 de abril de 1998: *"Europa tiene un enorme potencial de "Consumo Audiovisual". Para extraer el máximo beneficio de este potencial, se necesita que las industrias de programas mejoren su competitividad y hagan funcionar con eficacia el mercado interior europeo"*.<sup>14</sup>

La calidad y los contenidos llegan cuando en una zona geográfica se dispone de una serie de condiciones favorables para el desarrollo de una industria audiovisual capaz de ofrecer productos competitivos frente a otras zonas que ya están implantadas. Como existe un desfase, los organismos europeos deberían apoyar y financiar parte de las producciones que defendieran la calidad y los contenidos. De esta manera, se empezaría a reconquistar el mercado interior, para luego atravesar las fronteras europeas, si bien este segundo objetivo es secundario pues el mercado europeo puede ser suficiente para financiar los proyectos que en él se desarrollen.

Otro de los puntos flacos es la distribución. Las autoridades europeas deberían fomentar un sector más competitivo, favoreciendo vía impuestos a aquellas empresas que se dedicaran a comercializar las producciones europeas. Otro tanto debería hacer con los derechos sobre estas obras. Sólo con una legislación proteccionista se ayudaría a los creadores europeos y frenaría multitud de proyectos que llegan desde los Estados Unidos.

---

<sup>14</sup> Oreja, Marcelino. "Retos Europeos en la Sociedad de la Información: Política audiovisual europea en la era digital: nuevas perspectivas". Discurso de Inauguración del Master en Dirección de la Empresa Audiovisual, Madrid, 17 de abril de 1998.

Pero no resulta tan sencillo, pues la globalidad ha tejido una serie de alianzas entre empresas europeas y americanas, en las que es muy difícil separar cuál son los intereses de la compañía. Aunque esta globalidad ofrece a los espectadores más canales, la garantía de mejorar los contenidos y la calidad está por demostrar. Casi se produce un giro inverso, pues como cada vez hay que llenar más tiempo y más canales, la única opción es repetir una y otra vez los contenidos, con lo que muchos espectadores se encuentran con que los medios audiovisuales actuales les obligan a perder el tiempo. La otra opción es contratar con una empresa de televisión por pago.

A modo de resumen, cada vez se crean mas contenidos, pero se pone en duda que su calidad sea la deseable por los espectadores. La realidad es única, quienes puedan pagarse películas y programas de televisión no perderán el tiempo viendo anuncios u otras formas de financiación que buscarán las emisoras. Los que no puedan, asumirán de otra forma esos costes: publicidad y promociones.

Aún así, la historia de la civilización ha recorrido ya un largo camino. Cada vez resulta más difícil innovar, crear contenidos audiovisuales que impacten en el espectador y hacerlo con cierta asiduidad. La realidad es otra: *"Los contenidos de calidad escasean, al igual que el talento. Además, la idea de que la globalización creará un mercado más amplio capaz de compensar los costes crecientes de los contenidos, ha resultado ser falsa en gran medida, al menos en el contexto europeo. La mayoría de los productos audiovisuales europeos reflejan y se dirigen a satisfacer los gustos, intereses, acontecimientos y preferencias culturales de los espectadores de los distintos países"*.<sup>15</sup>

Resulta, por tanto, más mito que realidad investigar si existe un cine educativo en Europa. Los contenidos se encaminan en otra dirección. Se tiene en cuenta el gusto y las preferencias de los europeos y más lejos el sentimiento de cultura, pero no el de educación, en el que tendría cabida una programación con contenidos educativos que a duras penas sobrevive en la televisión.

## **4.2 La televisión educativa**

Si el cine de forma global tiene en cuenta, aunque de forma secundaria un nivel educativo implícito, la labor de la televisión es bastante diferente. Cuenta la televisión con una dualidad que marca su propia existencia y que en los últimos tiempos se ha convertido en una única forma de programar: televisión privada frente a televisión pública; hoy en día televisiones comerciales.

El objetivo claro de las cadenas estatales es entretener porque esa es la función más importante de la televisión en los últimos años. Sin embargo, no abandonan la idea de asumir programas culturales y educativos, casi siempre desplazados de la franja horaria con más espectadores. Mientras tanto, la televisión privada vive en función de la audiencia. Nada les impide retirar de la parrilla un programa cuando tan sólo lleva tres semanas de

---

<sup>15</sup> Informe: "La incidencia de las nuevas tecnologías y la globalización de los mercados sobre los contenidos audiovisuales". En: [http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key\\_doc/hlg\\_es.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key_doc/hlg_es.htm)

emisión, a pesar de haberse gastado varios cientos de millones en preparar unos estudios para realizarlo o en publicitarlo.

Dejemos a un lado estos dos conceptos y actuemos desde la televisión comercial. ¿Genera espectadores la cultura? ¿Se deben emplear canales de televisión para emitir programas educativos? ¿Educación y cultura implican ingresos publicitarios para la cadena? ¿Tienen otras razones quienes determinan los contenidos de la parrilla para poner programas de estas características? ¿Calculan los responsables el precio de este tipo de programas?

Las cadenas de televisión de carácter estatal han servido a sus países durante cierto tiempo para ampliar sus ofertas educativas. Programas específicos para poblaciones marginales, para poblaciones sin recursos y para ampliar el acceso a la cultura. Luego cuando se llega a ciertos niveles, desaparecen. Los contenidos son para la educación básica, pero no se tienen en cuenta cuando se trata de ampliar los conocimientos o en niveles de enseñanza superior. Ni siquiera la cultura, reflejada en programas sobre libros y en documentales, ha gozado de espacio y tiempo suficiente como para interpretar que están formando y educando al espectador.

La presencia de canales públicos en algunos países europeos ha permitido que de vez en cuando se hagan realidad proyectos puntuales en defensa del idioma, la cultura propia del país o informaciones concretas sobre los aspectos diarios de la cultura. En ocasiones, hasta llegan a tener audiencias importantes, aunque nunca comparables con las de programas de entretenimiento.

Europa necesita un canal difusor de la cultura; o al menos uno que defienda una idea de una Europa unida, pero no hay antecedentes en otros medios. Así, algunos periódicos que intentaron englobar todas las actividades europeas han terminado en fracaso. El espectador prefiere un producto televisivo nacional, complementado con informaciones del resto de países europeos y del mundo.

No hay duda de que existe un público europeo que desea programas televisados que lleven contenidos culturales y educativos. Si bien, algunas experiencias europeas no han tenido el éxito esperado, al menos están ofreciendo contenidos significativos y cada emisión es vista por varios millones de espectadores. En este caso, ejemplos como Euronews, Arte o 3Sat se dirigen a un público multicultural y multilingüístico que sabe que no existen otras alternativas educativas en la televisión. Pero estamos analizando públicos muy reducidos si lo comparamos con la población total de espectadores en el continente europeo.

Es posible que otros aspectos que nada tienen que ver con la cultura ni con la educación sí tengan posibilidades de sobrevivir y en todo caso una vez que hayan sido adaptados a una idea global, con un lenguaje preciso y unos contenidos realmente significativos. La cultura y la educación se adaptan mejor a los sistemas tradicionales de la escuela y la universidad, pero la televisión acepta mejor otros contenidos como la ecología o los viajes: *"La experiencia de transponer formatos de programa de un mercado europeo a otro muestra que para tener éxito, tales formatos, incluso en géneros tan universales*

*como la naturaleza y los viajes, deben ser transformados y adaptados sustancialmente a los gustos y preferencias del nuevo mercado al que se pretende llegar".<sup>16</sup>*

¿Pueden programar las cadenas de televisión pensando en un público tan numeroso y con tantos gustos y necesidades diferentes? Sí, sólo cuando se trata de un movimiento que genera una actividad como los viajes, la naturaleza o la ecología parecen los europeos mostrarse interesados en obtener información, no tanto desde el punto de vista educativo sino para conocer y practicar otras actividades. Existen programas de entretenimiento que se adaptan a situaciones similares no sólo ya en países próximos entre sí como es el caso europeo, sino también a otras realidades similares. Sólo en estos casos se rompe la idea de crear programas para entes muy pequeños.

Europa ha de aprender de una idea global que saben muy bien generar las cadenas de televisión de Estados Unidos y que consiste en crear productos locales que son también una garantía y que terminan emitiéndose en una cadena nacional. Pero aquí, la situación es otra como se refleja en el Informe del Grupo de alto nivel de política audiovisual: *"La programación paneuropea o internacional que ha tenido éxito ha completado la programación nacional, regional y local. Algunas empresas de producción, tales como el productor holandés Endemol, han logrado un gran éxito produciendo formatos de programas de entretenimiento, series y concursos que pueden venderse a empresas de radiotelevisión de toda Europa. Es preciso fomentar la producción de este tipo de contenidos porque contribuyen a financiar las infraestructuras de producción necesarias para mantener los programas que sólo tienen interés local o nacional"*<sup>17</sup>.

En el caso de esta productora, comprada recientemente por Telefónica para suministrar contenidos a sus espacios audiovisuales y también como negocio, ha traspasado las fronteras de los diversos países europeos y también de otros continentes con un programa de muy difícil calificación y que en España ha emitido en dos ocasiones Tele 5: "Gran hermano". Al menos, hay que reconocer que Europa también exporta productos audiovisuales, aunque la calidad esté cuestionada, sobre todo si se compara con programas educativos de los que carecen la mayoría de las cadenas.

Pero no todas las cadenas pueden entrar en el mercado y competir por los derechos de algunos programas televisivos. Frente a esos programas con una audiencias mayoritarias hay sitio para otras alternativas, sobre todo educativas y no nos referimos a los concursos, sino a programas hechos para la reflexión, la formación de opinión y el desarrollo intelectual de las personas a las que se dirigen. Ya hemos constatado que estos programas no serían excesivamente caros, pues no necesitan grandes montajes ni inversiones y suele resultar relativamente fácil contar con personas que aman la cultura y quieren transmitir en televisión parte de su experiencia y saber.

Que un programa educativo en televisión es mucho más barato y quizás más rentable socialmente lo demuestran las grandes cifras que se pagan por algunas obras o

---

<sup>16</sup> Informe: "La incidencia de las nuevas tecnologías y la globalización de los mercados sobre los contenidos audiovisuales". En: [http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key\\_doc/hlg\\_es.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key_doc/hlg_es.htm)

<sup>17</sup> *Ibídem*.

series de ficción, comedias o largometrajes. Así, una serie conocida en todo el mundo, incluso en España, como es "Urgencias" y que transcurre en un hospital comenzó costándole a la NBC dos millones de dólares por episodio. Con posterioridad ha pasado de 2 a 13 millones. Seguramente, con estas cantidades se podrían crear varios programas educativos para públicos más selectos. Pero estos precios están en función de las expectativas que crean. Si una cadena de televisión paga esas cifras astronómicas para algunas cadenas de televisión europeas es porque publicitariamente obtiene ingresos por ese valor e incluso más alto. En el fondo se trata de un negocio más. Y eso que esta serie se podría considerar como instructiva porque desarrolla aspectos médicos, humanos y sociales que pueden ayudar a una sociedad a ser más educada.

Otro tanto sucede con los acontecimientos deportivos. En muchos países europeos el deporte está incluido en el mismo ministerio que educación y cultura; por ejemplo, en España. Sin embargo, a la hora de aplicar la política del ministerio cada departamento funciona de manera independiente. Pues bien, en el deporte la televisión paga grandes cifras para poder retransmitir no sólo los grandes acontecimientos, sino que últimamente hasta pequeños torneos son rentables para la televisión y la federación que lo organiza. Cualquier mundial de fútbol, unos Juegos Olímpicos, y cada una de las finales de cada país en los deportes con más seguidores tienen una audiencia asegurada de millones de espectadores; de ahí que la televisión esté dispuesta a pagar cifras millonarias.

¿Cómo contrarrestan los otros canales la ausencia de esos acontecimientos deportivos que arrastran espectadores? Probando una serie de métodos. Primero el cine, con películas clásicas, grandes mitos de Hollywood, etc., si fallan deciden apostar entonces por programas que entren en el sentimiento del espectador y que lo atrapen para poder obtener una cuota importante de pantalla. ¿Se plantean en algún caso las cadenas de televisión la posibilidad de ofrecer un programa educativo, serio, con rigor, con puntos de vista de varios especialistas y con la posibilidad de que los espectadores pregunten? La respuesta en general es no.

Así pues, televisión y cine conviven en una delgada línea en la que la primera ayuda a financiar parte de las películas que se emiten luego en su canal. Algunos países europeos como Portugal, Francia, o Italia obligan a los canales de televisión a invertir en la industria cinematográfica. En el caso de Italia, la ley obliga a las cadenas privadas de televisión a destinar un 30% de su presupuesto total de inversiones a la producción o compra de productos europeos; en Francia este porcentaje se eleva al 42% y en Portugal existe un impuesto del 4% sobre la publicidad televisiva que revierte en el Instituto Portugués del Cine y del Sector Audiovisual (IPACA), encargado de producir películas.

Y el resto de países ¿cómo colabora? Existe un reparto desigual, si bien en casi todos hay un trasvase de dinero invertido desde la televisión al cine: *"Incluso en los países en que no existe obligación de invertir, el papel que desempeñan los canales de televisión no es despreciable: en Alemania, aproximadamente el 50% de las películas están coproducidas por empresas de televisión. En España, el ente público RTVE invirtió 12*

*millones de ecus en comprar los derechos de distribución de películas españolas en 1997 y Sogecable prevé gastar 16.9 millones de ecus en dichos derechos entre 1996 y 1998".<sup>18</sup>*

Hay, sin embargo, un aspecto significativo que se recoge en el Informe general, ya que la producción no es sólo de películas de cine sino también otras producciones con un marcado acento cultural. Este es, quizás, el aspecto más significativo de la televisión hacia la cultura, pues varias películas que se realizan en esos convenios presentan un marcado análisis de la realidad social de un país, su forma de ver y entender una cultura y las consecuencias de una falta de desarrollo social y cultural.

### **4.3 Escuela europea de Cine y Televisión**

Muchos son quienes consideran que el cine y la televisión son sobre todo inspiración. Nada más lejos de la realidad. Es cierto que unas cuantas películas cada año son fruto de un conglomerado de circunstancias que terminan por agradar al espectador. Y esa fórmula se repite en segundas y terceras versiones sin tanto éxito. Sin embargo, la inspiración llega en contadas ocasiones. La mejor solución aprender y trabajar cada día hasta que se llega a una idea, que luego se transforma en un proyecto y éste, después de muchas correcciones, termina cuajando en una producción.

Precisamente, en Europa hay una gran tradición en lo que se refiere a escuelas de cine. En algunos países se han ido implantando con demasiados problemas, pero han terminado por formalizarse algunas de gran prestigio, a pesar del escaso número de personas formadas que han salido de sus aulas. Si las escuelas han funcionado a medio gas, el mundo docente del cine ha ido sobreviviendo gracias a multitud de cursos y conferencias apoyados por sectores que ni siquiera están implicados directamente en el mundo del cine.

Falta, por tanto, una cimentación mucho más sólida de las escuelas de cine en Europa. Además, han de ser portadoras y difusoras de una cultura que es común al lenguaje audiovisual. Para ello, se ha de mejorar la programación docente, así como mejorar aquellos aspectos que han dado ya sus frutos en producciones europeas.

Una de las formas para mejorar implica un intercambio de las enseñanzas, adaptadas a cada país europeo. No se trata tan sólo de enseñar a hacer televisión y cine. Las escuelas han de implicarse en todo el proceso; de ahí que la gestión de los productos audiovisuales se planteen pensando en una comercialización que ha de llegar a millones de espectadores, con diferentes culturas, sentimientos y formas de ver y entender la vida. Sólo así se puede ir avanzando frente al gigante americano.

El proceso de gestión que se plantea hoy en día en las principales escuelas de cine y televisión pasa por un conocimiento en profundidad de aquellos aspectos que rodean a la industria del cine y que han de ser estudiados y analizados antes de poner la cámara en marcha. Se requiere antes de iniciar el proceso de una película que se tengan en cuenta y se experimenten financiaciones propias y alternativas, la comercialización a otras culturas, los

---

<sup>18</sup> Informe: "La financiación de la producción audiovisual a través de la televisión". En: [http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key\\_doc/hlg\\_es.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key_doc/hlg_es.htm)

posibles problemas jurídicos que aparezcan antes, durante y después de la película y, sobre todo, una mercadotecnia a nivel internacional que realce el proyecto, incluso antes de que exista el producto final.

Los esfuerzos, en este sentido, por parte de las autoridades europeas han sido muy interesantes, pero muy difíciles de aplicar en muchos países. En ocasiones, las estrategias internacionales no resultan fáciles de introducir en las áreas locales debido a muchos factores y en este caso se podría excluir el del idioma. Conseguir apoyo de las instituciones europeas para un proyecto global, una especie de Escuela Europea de Cine y Televisión, supondría un nuevo camino en el mundo de la enseñanza en estas especialidades. Si bien, llegar a esta "escuela de escuelas" implica que cada país aporte parte de la infraestructura con la que ya está trabajando y esa realidad es muy desigual, pues muchos países apenas han apostado por la enseñanza del cine y de la televisión en sus propios espacios geográficos. La financiación saldría, además de las instituciones europeas, de la cuota exigible al sector audiovisual y un apoyo más implícito por parte de cada uno de los diferentes gobierno nacionales.

El paso decisivo de los organismos europeos se materializó dentro del programa MEDIA I y II. El primero se inició en 1996 con un presupuesto de 310 millones de ecus, baasado en la distribución panaeuropea de películas, con lo cual apenas aportó financiación a proyectos y películas. El segundo redujo el campo y centró sus actividades en tres aspectos claves: formación, desarrollo y distribución.

El programa MEDIA II planteó soluciones al problema de los costes de doblajes y subtítulo, pero dejó en el aire otras, como la gestión, la formación profesional continuada o la ayuda a más productores, de tal forma que estos pudieran planificar de manera correcta una película antes de producirla. También se prestó poca atención al vídeo, cuando es un producto que a menudo genera más ingresos que los conseguidos en una sala. Lo mismo se podría decir de las facilidades que aporta ya el videodisco digital (DVD) y que tampoco fueron consideradas.

Los expertos han criticado alguna de las formas de financiar estos proyectos y han buscado soluciones para corregir algunas deficiencias: *"El sistema de pago y reembolso introducido inicialmente en MEDIA II debería desecharse completamente. Si una película apoyada por el fondo de desarrollo de MEDIA no se produce, ese apoyo debería darse por perdido al 100%. A menos que el producto haya infringido el contrato, el fondo de desarrollo tiene tanta responsabilidad como el productor, y penalizar a un productor una vez que su proyecto ha fracasado es incorrecto y punitivo"*.<sup>19</sup>

El proceso de financiación, por parte de las compañías de radiotelevisión se hace de forma directa, pero tienen estas empresas otras opciones como el intercambio de películas, los acuerdos entre cadenas de otros países con menor producción o la aplicación de doblajes y subtítulos en películas con una realidad europea.

---

<sup>19</sup> Informe: "Mejorar la competitividad de la industria audiovisual europea: la financiación de la producción audiovisual por la televisión". En: [http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key\\_doc/hlg\\_es.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key_doc/hlg_es.htm)

En definitiva: las autoridades europeas han de crear y fomentar una red de escuelas de cine y televisión para apoyar y fomentar la industria audiovisual, trabajando también con las que ya existen en cada país. Además, se ha de trabajar con un mayor rigor desde las instituciones europeas para crear una red de distribución y una comercialización apoyada publicitariamente como se hace en el cine americano. No hay que olvidar tampoco la creación y mantenimiento de unos premios a nivel europeo, tal y como de forma acertada presenta la industria americana cada año con los Oscar.

## 5. Cine en la red: proyectos independientes

Dentro de Internet hay miles de sitios dedicados al cine; pero de ellos muy pocos trabajan los aspectos educativos. El cine que abunda es el comercial. Hay páginas sobre estrenos, revistas de cine digital, sitios que reciben críticas de las películas y todo un mercado sobre el mundo cinematográfico. Hay lugares interesantes porque recogen todos estos aspectos, como Hollywood.com: <http://www.hollywood.com> y otros canales de la misma compañía: <http://www.broadway.com> o <http://www.movietickets.com> o <http://www.Baseline.Hollywood.com>

Junto al cine comercial se encuentran una serie de informaciones, entrevistas, puntos de vista sobre las principales películas de estreno, pero se tienen en cuenta también otras obras en las que han participado los actores. La ventaja: se pueden encontrar entrevistas con los protagonistas y otros muchos datos del actor. La desventaja el tiempo que tarda en aparecer.

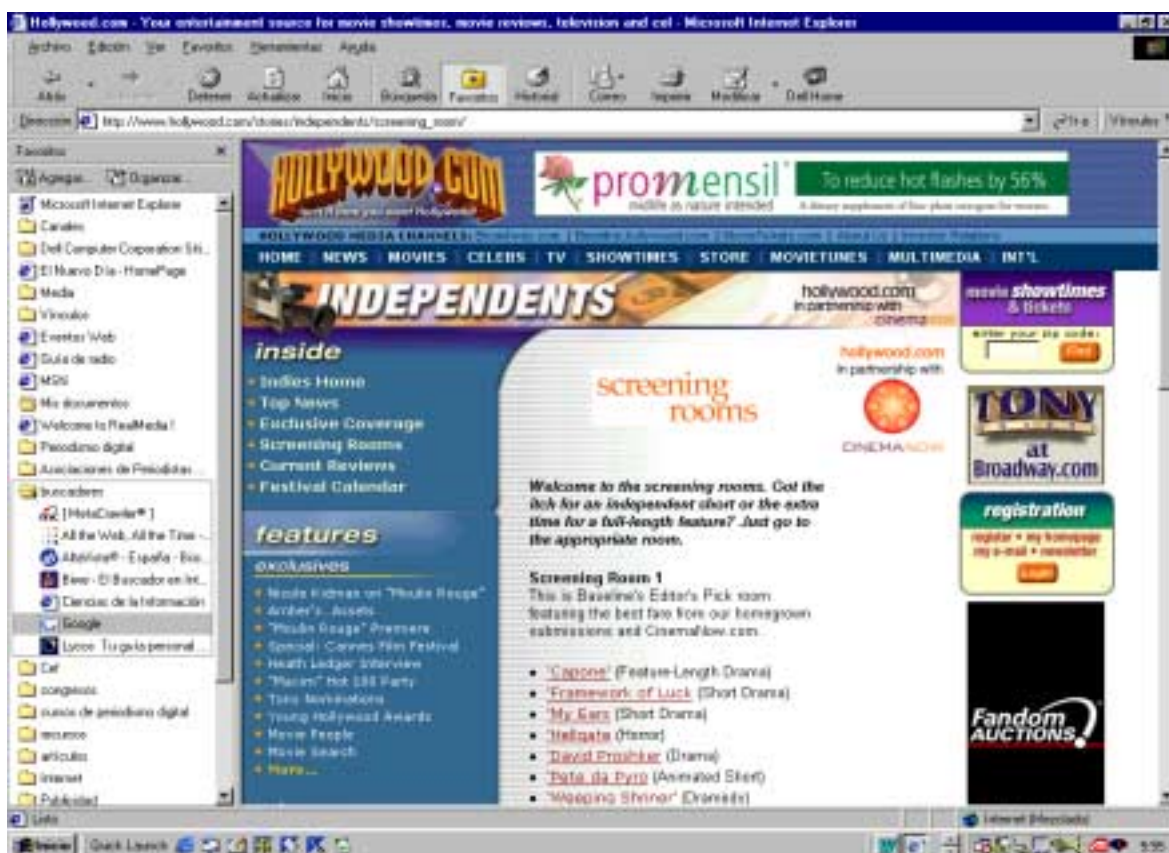




Más que un lugar con contenidos educativos que lo es, en estas direcciones encontramos sobre todo estrenos de películas con entrevistas de los principales protagonistas, así como otros datos relevantes de las mismas. Cuentan, además con algunas exclusivas, "premiere" e información sobre los principales festivales de cine, según se van realizando y un control sobre las nominaciones que reciben los principales actores.

En la página anterior se recogen multitud de datos de Nicole Kidman y su "Moulin Rouge", con una entrevista a la actriz y otros datos sobre su filmografía y los proyectos de futuro que en ese momento pasaban por el trabajo en una película a las órdenes de Alejandro Amenábar.

En la página principal hay otros dos aspectos a resaltar dentro de otras opciones informativas y de entretenimiento que ofrece Hollywood.com, pues presenta información sobre televisión y conceptos multimedia, en definitiva sobre la industria multimedia en general. Pero, quizás, lo más importante de este tipo de sitios que ayudan al cine en general y al cine educativo, es que cualquier estudiante puede acceder a películas independientes que no se comercializan y que están en la red. En ellas puede aprender un nuevo lenguaje visual, conocer nuevas técnicas de realización y aplicarlas a su trabajo. Se trata de películas cortas, de 10 a 20 minutos que reflejan distintas realidades sociales. Se puede acceder a ellas en: [http://www.hollywood.com/stories/independents/screening\\_room](http://www.hollywood.com/stories/independents/screening_room)



Desde la dirección anterior se puede acceder a varios ejemplos de cine independiente, algunos de los cuales de muy alta calidad como "Framework of Luck" un drama corto de dos minutos y 58 segundos que se puede descargar y estudiar en [http://hollywood.com/stories/independents/screening\\_r.../screening\\_room\\_14.htm](http://hollywood.com/stories/independents/screening_r.../screening_room_14.htm) Otra obra cinematográfica de similares características, pues se trata de un drama corto, es "My Ears" que trata de mostrar las cosas que pueden suceder en un restaurante, un lugar en el que casi siempre se guardan las composturas. El minuto y 37 segundos de duración de esta manera de contar una película en breve tiempo se puede descargar de la siguiente dirección: [http://hollywood.com/stories/independents/screening\\_r.../screening\\_room\\_15.htm](http://hollywood.com/stories/independents/screening_r.../screening_room_15.htm)

Existen películas mucho más largas, historias similares a una producción normal para las grandes pantallas, pero distribuidas a través de la red Internet. Algunas empleando parecidos cánones al cine tradicional, como "Hellgate", con una duración de 1 hora y 36 minutos. Pero quizás donde mejor se puede apreciar el trabajo que se hace dentro de Internet es en "David Proshker", una película que muestra las relaciones del Holocausto entre un padre y un hijo de ocho años. Los 22 minutos de duración se pueden ver o descargar en: [http://hollywood.com/stories/independents/screening\\_r.../screening\\_room\\_13.htm](http://hollywood.com/stories/independents/screening_r.../screening_room_13.htm)

También hay productos de calidad, de muy alta calidad, ya que en esta dirección se hace una selección de producciones que se hacen para Internet y que podrían emitirse en cualquier sala siempre y cuando el tiempo de duración se ajustara a un tiempo al que está acostumbrado el espectador. Si de calidad se trata, se ha de acudir a ver "Headless!", una película de suspense y macabra que va sobrecogiendo al espectador y lo hace partícipe de la misma. La escasa hora de duración se puede ver en: [http://hollywood.com/stories/independents/screening\\_r.../screening\\_room\\_1.html](http://hollywood.com/stories/independents/screening_r.../screening_room_1.html)

En todas estas películas de cine independiente exhibido a través de Internet se puede leer antes una ficha bibliográfica y una breve reseña del contenido de la misma, de tal forma que si no se está interesado no hace falta esperar un tiempo hasta que baje la película. Esta ficha se inicia con un breve resumen de contenido. Se incluyen luego los principales protagonistas, el director y el tiempo de duración. Estos datos son interesantes para conocer quien está trabajando dentro del cine independiente, pero también para orientar al espectador y ayudarle a decidir si le puede o no interesar ese tipo de películas. Dentro de esta sección de "short films" en Hollywood.com existen otras películas como "Capone" o "Pete da Pyro" de la misma calidad que las anteriores. Además, el espectador puede suscribirse para ver otras películas de cine independiente.

Hollywood.com dispone también de otras secciones interesantes, aunque no relacionadas con el cine independiente y educativo, sino más profesional. Así, dentro de la sección "News" se recogen varias películas recién estrenadas. Significativo es también el apartado dedicado al vídeo "vídeo exclusives" donde se guardan entrevistas de actores, productores, directores famosos en formato vídeo que se puede ver. Por ejemplo, con motivo del lanzamiento de la película "Swordfish" existe una sección "Premier" que recoge la historia, las fotos y el vídeo de la película, pero además se incluyen visitas virtuales y otras entrevistas con el actor protagonista, John Travolta. Para obtener más datos sobre este personaje se puede acceder a: <http://www.hollywood.com/pressroom/interviews/jtravolta2>

Si lo que se desea es ver alguna entrevista, otros trabajos del actor y más datos se puede acceder a los videos que se encuentran en esta dirección: <http://www.hollywood.com/pressroom/interviews/jtravolta2/video.html>

Y, por supuesto, una completa ficha de la película para que el espectador disponga de todos los elementos de juicio antes de verla. Esta ficha es mucho más amplia que las anteriores, si bien el formato y las características son similares. Comienza con un breve resumen del contenido de la película; luego incluye el género de la misma; la calificación dependiendo del grado de violencia o sexo; el reparto que en este caso está compuesto por John Travolta, Hugh Jackman, Vinnie Jones, Halle Berry, Don Cheadle, Sam Shepard y otros; los créditos, por ejemplo el director, Dominic Sena, quien escribió el guión, Skip Woods o quien es el productor, Joel Silver.

Como Hollywood.com existen otros lugares dentro de Internet, pero hemos accedido a uno de los mejores valorados por los expertos en cine y críticos de películas, quienes consideran que en este sitio se recogen todos los aspectos que tienen que ver con el cine, incluso los productos independientes que en ocasiones tienen una difícil salida al mercado, pero que con Internet van a tener más posibilidades de llegar a los espectadores y recibir su apoyo, críticas o quejas. Por poner sólo otro ejemplo, dentro de Producom <http://www.produ.com> se puede acceder a una gran cantidad de informaciones sobre el mundo de la televisión, la publicidad, la tecnología, Internet y el cine. Así, en una búsqueda efectuada el 23/05/2001, dentro del apartado dedicado a la televisión se podía acceder a imágenes de la película Gen-Y Cops de Ledafilms. Se trata de una coproducción estadounidense con la empresa de Jackie Chang, uno de los más conocidos especialistas del género. Activando el clip de Gen-Y Cops se puede ver una parte de la película <http://www.proud.com/index.html?Noti=313>

## **6. Conclusiones.**

Hoy en día no basta sólo con producir películas, hay que pensar también en dónde y en qué condiciones se van a exhibir. La exhibición tiene que ver con la calidad, ya que son los propios espectadores quienes demandan un determinado producto y con los contenidos. ¿Por qué calidad y contenidos? Son dos razones fundamentales de la industria audiovisual y en la última década del siglo pasado se llevaron a cabo varias fusiones o compras de empresas que tenían películas -contenidos- con empresas que disponían de medios para gestionarlos como AOL y Time Warner.

En el proceso educativo hay que contar con una infraestructura técnica que posibilite una acción de trabajo visual. No siempre se dispone de los equipos necesarios para presentar contenidos audiovisuales y que los alumnos puedan mejorar, modificar o corregir. Este proceso aún no está implantado suficientemente.

Entonces ¿qué aporta el cine a la educación?

1.- Cultura general y global: El siglo XX ha avanzado considerablemente gracias a la cultura visual impuesta por el cine primero y luego por la televisión.

2.- Formas de presentar y ver la realidad: Aquí podríamos incluir la realidad social, política, educativa...

3.- Productos propios educativos: Se han elaborado multitud de documentales que han servido para expresar una idea, un sentimiento o lo que ha aportado una civilización.

4.- La formación global de las escuelas de cine: Desde ellas se ha facilitado una forma de presentar contenidos y de mostrar un lenguaje universal en la mayoría de las películas.

Educación interna que luego se transmite al espectador.

6.- Las apuestas nuevas en varios campos: El cine es una industria que experimenta constantemente y sus resultados se aplican luego a la educación, la moda, la economía.

7.- Las películas con fin educativo. Tradicionalmente han ido apareciendo películas que reflejan la actividad educativa en universidades, colegios, institutos, etc. Algunos recursos se han aprovechado en la realidad.

En todo caso, el cine para que ofrezca ese tamiz educativo ha de situarse en las diferentes realidades en las que se desenvuelve, tales como: las geográficas (películas que explican una cultura determinada); las locales (aspectos muy insignificantes para ciertos espectadores, pero decisivos para la defensa de esa pequeña población); las ideológicas (con un fin propagandístico concreto); religiosas (en defensa de una idea religiosa concreta); económicas (aunque no se pueda apreciar a veces de forma significativa); artísticas (defendiendo el arte del cine y el teatro) e incalificables (aquellas películas que no siguen los cánones clásicos y que apoyan aspectos parciales de la vida diaria).

El cine, en ocasiones, va por delante de la propia realidad. Y no nos referimos a películas de . El cine detecta ciertos sentimientos en la sociedad y se adelanta a esas demandas sociales. La educación, sobre todo la universidad, ha de disponer de más programas de enseñanza superior.

Además, ha de existir una mayor unión entre los directores, realizadores, productores... con el mundo educativo. Algunas escuelas de cine, como la de Madrid son un ejemplo de como unir los dos extremos: el educativo y el cinematográfico. Están presentes la teoría que aporta la educación y la práctica que realizan los profesionales del cine. Por tanto, no se puede plantear el cine como educación, pues el cine tiene siempre una función educativa. Quienes mejor han entendido la realidad cinematográfica son los norteamericanos, pues han sabido presentar personajes y situaciones que pueden interpretarse y entenderse en muchos rincones del mundo. El cine educativo es sectario: desarrolla diferentes ideas temáticas, geográficas, sociales...

El problema está en los contenidos. Resulta muy difícil aportar constantemente cosas nuevas, cuando el consumo de cine y televisión es cada día mayor. Consecuentemente, es más difícil cada día sorprender al espectador. Existe una clara lucha de competencias en la distribución y exhibición que enfrenta no sólo a varias culturas, sino a países potencialmente importante como Europa y Estados Unidos. Así, el cine trasciende ya otras realidades económicas.

El cine tiende cada vez más hacia el entretenimiento. La sociedad dispone de más tiempo para el ocio y convierte una parte de ese tiempo en consumo cinematográfico y televisivo. Sin embargo, quieren que esos contenidos no les hagan reflexionar, sino que les ayuden a pasar un rato divertido. Es necesaria una producción global que recoja datos que

influyan en una mayor parte de los espectadores. Las películas son ya universales, pero los matices son los que han de atraer más o menos espectadores. El cine educativo es hoy en día una realidad, más que un mito. Y lo es porque como hemos defendido cualquier obra cinematográfica tiene importantes elementos educativos, no sólo cuando se estrena, sino durante el tiempo de existencia de esa película. Por ejemplo, para otras culturas a las que el cine ha llegado tarde.

WEBGRAFÍA: para ampliar la información sobre los datos de este artículo consultar los mismos en las direcciones que se facilitan dentro de Internet. Las imágenes que acompañan el texto están sacadas de Internet y de la propia película con fines exclusivamente educativos y en ningún caso comerciales.