

# *El caso italiano: un aleccionador modelo audiovisual*

AGUSTÍN SÁNCHEZ VIDAL

En un ensayo escrito en 1934 por Erwin Panofsky, titulado *Estilo y comunicación en el cine*, el gran investigador hacía notar: «El cine es el único arte cuyo desarrollo podemos estudiar y testimoniar desde sus mismos comienzos». Afirmación que distaba de ser gratuita en ese momento, cuando el cinematógrafo apenas contaba con cuatro décadas y aún vivía la práctica totalidad de los protagonistas y pioneros de este medio de expresión. Eso permitía (al menos en teoría) hacerse cargo de la mayor parte de los pasos dados por el cine desde 1885 preguntando directamente a sus autores y consultando los documentos casi sobre el terreno.

No fue eso lo que sucedió, sin embargo, y a más de medio siglo de distancia de la optimista previsión de Panofsky hay que hacer una amarga constatación: «A pesar de la proximidad de los inicios del cine debe reconocerse lo poco que sabemos de sus comienzos y cuántos errores arrastramos a ese respecto»<sup>1</sup>. Lo más grave es que las mismas lagunas se están detectando en el estudio de otros aspectos del audiovisual mucho más recientes, incluso contemporáneos, como es el caso de la televisión, que sufre de una carencia de legitimidad cultural similar a la que debió arrastrar el cine antes de ser reconocido como «Séptimo Arte».

Tales cuestiones nos atañen desde que en la Universidad de Zaragoza se imparte la asignatura *Historia del cine y otros medios audiovisuales*, lo que supone el estudio de una amplia gama de manifestaciones de índole

---

<sup>1</sup> Lan Christie, «Lives of the Film Scholars», *Sight and sound*, summer 1989, p. 178. Raymond Borde (*Les cinémathèques*, Ed. L'Age de l'homme, París, 1983) estima que con el paso hacia 1920 de las películas de uno o dos rollos a los largometrajes se perdió un 80 % del cine mudo; con el tránsito al sonoro diez años más tarde, un 70 %, y con el cambio del soporte inflamable de nitrocelulosa al incombustible de triacetato un porcentaje que varía según los países, pero alto en el caso de España, que crea la Filmoteca Nacional en 1953 (pero no actúa como archivo cinematográfico hasta los años 60) y sólo con la puesta en marcha de TVE en 1956 se beneficia de la revalorización que la televisión supone para estos materiales. Se calcula que en nuestro país se conserva el 15 % del período mudo y el 50 % del período sonoro hasta 1954 (según Florentino Soria y Ramón Rubio en su «Dossier sobre filmotecas» en *Primer Plano*, n.º 2, Madrid, dic. 1988).

artística, comunicativa y cultural que van mucho más allá del ámbito tradicionalmente acotado por la gestación, realización, exhibición y recepción de lo que solemos llamar «películas». De hecho, en nuestro país, sólo un 11 % de los productos audiovisuales se consume en las salas cinematográficas: el 89 % restante se accede a través de otros circuitos que terminan desembocando en el receptor de televisión. Aunque sólo fuera en razón de estos porcentajes, merecería la pena ir teniendo en cuenta ese genérico enunciado de *otros medios audiovisuales* contenido en la disciplina que nos ocupa.

Pero hay más. Como hacía notar el situacionista Guy Debord, no estamos hablando sólo de una «colección de imágenes», sino de «una relación social entre la gente, mediatizada por imágenes». Desde esa perspectiva, la televisión es otra forma física de ver cine, pero también un vehículo mucho más amplio que modifica la percepción de la realidad, provoca expectativas que le son específicas y géneros que le pertenecen en exclusiva y en los que se fusionan manifestaciones artísticas que sólo conviven en la pequeña pantalla, desde el video-clip a la video-danza, pasando por el ensayo televisivo. En definitiva, sólo teniendo a la vista este medio puede entenderse lo que está sucediendo en él y también en otros códigos visuales, incluidos los de la imagen estática.

Si a ello se añade que España se encuentra en un decisivo momento de transición desde un modelo monopolístico de televisiones públicas hacia la diversificación de las privadas, y de la constitución de audiencias cada vez más fragmentadas (pero también más cosmopolitas dadas las comunicaciones vía satélite), tendremos buenas razones para justificar el estudio de cualquier antecedente que nos permita establecer puntos de referencia, especialmente valiosos en los inicios de cualquier proceso. Dentro de esos precedentes, el caso italiano es uno de los paradigmas dignos de mayor investigación, dadas sus semejanzas con algunos elementos de nuestro sistema cultural, e incluso la participación de uno de sus protagonistas, Silvio Berlusconi, en España. Tiene, además, otra ventaja, y es que ha sido categorizado casi en paralelo a su práctica, y en términos muy aleccionadores, sea para proceder a su adhesión o rechazo. Finalmente, en pocos sitios se ha planteado con tanta crudeza el peligro de la invasión del mercado audiovisual y del habitat cotidiano de un país por la industria estadounidense como en Italia.

El panorama italiano se caracteriza en el terreno público por una considerable anarquía poco o nada contrarrestada por un débil aparato del Estado que en modo alguno tiene la solera del napoleónico heredado por Francia. Para colmo, en él ha incidido una durísima estrategia privada que ha terminado por desequilibrar el sistema. Un balance de esa índole no ha sido producto de un día, evidentemente, sino resultado de un proceso social, cultural y comunicativo cuyas modulaciones es necesario situar en el contexto histórico del que surgen para evaluar sus pros y sus contras, si

se ha de escarmentar con él en cabeza ajena. Iniciaremos su estudio con los primeros pasos de la televisión en Italia, esbozaremos a continuación el panorama resultante del advenimiento de las televisiones privadas y la penetración del mercado americano, para terminar recapitulando sobre la situación de la investigación universitaria y la conservación y divulgación del patrimonio audiovisual<sup>2</sup>.

### **Las raíces históricas de la complejidad italiana**

La primera distorsión en el sistema comunicativo moderno italiano, como ha señalado Giovanni Bechelloni<sup>3</sup>, se produce con el paréntesis que el fascismo impone a la tradición liberal-democrática, que se ve afectada en los siguientes términos:

— El advenimiento del fascismo provoca la caída de un periodismo liberal-democrático fundado sobre la credibilidad de la información.

— Dicho régimen político impone y acredita un modelo periodístico híbrido (de partido y de mercado a la vez) de vocación populista y hegemónica, con una redefinición del espacio público que mezcla propaganda e información.

— Con la caída del fascismo ese espacio informativo es recuperado por los partidos y grupos, pero ninguno puede consolidar empresas que requerirían una credibilidad muy erosionada por las prácticas anteriores. Los órganos informativos difícilmente atraviesan el círculo de los *militantes*. Como se ha observado a menudo, es un síntoma muy significativo que la palabra *profesional* sea sospechosa, mientras que el adjetivo *militante* lo empapa todo con su prestigio: hay una crítica *militante*, un cine *militante* y, también claro está, un *periodismo militante*. La excepción que confirma esta regla es el comunista *L'Unità*, el único periódico de partido de gran tirada del mundo occidental.

De esta forma, ciertos mecanismos propios de la lógica de mercado se utilizan de manera peculiar (p. ej., la publicidad se usa como contrapartida política antes que en funciones comerciales) y la R. A. I. no se gestiona como industria cultural, sino como altavoz del poder. Como anota Bechelloni: «Il modello italiano ha funzionato perdecenni come si la *notizia* e la

---

<sup>2</sup> Este trabajo deriva del estudio que realicé entre 1985 y 1987 sobre diversos modelos audiovisuales (entre ellos el inglés, francés e italiano), gracias a una beca concedida por el CONAI de la D. G. A. (Consejo Asesor de Investigación de la Diputación General de Aragón) y que me permitió trasladarme a Inglaterra, Francia e Italia para recoger información y entrevistarme con investigadores de esos países. Cuando no se ha respetado el texto original, todas las traducciones son mías.

<sup>3</sup> L'immaginario quotidiano. Televisione e cultura di massa in Italia, ERI, 1984.

*cultura di massa* fossero non la sostanza e la materia prima di un moderno sistema di mass-media bensí *l'accidente*, l'inevitabile concessione ai tempi imposta dai rapporti de fuerza internazionalis e profesionalis provocate del boom delle radiotelevisioni private si creano le condizioni di possibilitá per il rientro dell'Italia nell'alveo liberal-democratico».

La complejidad de la radiotelevisión italiana se limita a traducir, como un fiel espejo, la evolución de las relaciones sociales y políticas que le han servido de sustento, y que conviene recordar frente a otras sociedades europeas, en las que los medios audiovisuales han sido recibidos en muy distintas condiciones:

— En Italia es menos fuerte, respecto a la mayor parte de los países europeos, una cultura nacional, desde la lengua hasta otros elementos unificadores. A finales de la segunda guerra mundial, los italianos que hablaban la lengua italiana eran una ínfima minoría, a excepción de la Toscana y el Lazio. Pues bien, ha sido la televisión el gran factor decisivo para la difusión de la lengua nacional, pero ello no ha impedido la gravitación de las variantes culturales regionales.

— En Italia, al final de la segunda guerra mundial, la clase media era muy reducida, frente a la pujanza de los estratos populares. En consecuencia, la identidad de aquella se ha configurado en gran medida gracias a la televisión, que ha ofrecido modelos procedentes de la cultura de masas americana en el momento clave de su configuración cultural durante el desarrollo económico de los años sesenta.

— A diferencia de la mayor parte de los países europeos, en Italia la difusión de la TV ha precedido (y no seguido) a la escolarización de las masas, que se inició a partir de 1963, año en el que la televisión había alcanzado ya una dimensión nacional e irreversible.

— Por las razones ya citadas (ausencia de una clase media, bajo índice de alfabetización, efectos del fascismo sobre una débil implantación liberal-democrática...), la prensa no ha alcanzado en Italia el nivel de difusión de otros países europeos. Déficit que se deja sentir especialmente en el caso de los diarios, los cuales han debido moverse en esa penumbra mixta que apela a la clase dirigente y a la parte políticamente activa de la clase media, sin lograr una audiencia nacional a excepción del comunista *L'Unità*.

— A pesar de la grave crisis económica que ha compartido con el resto de Europa, Italia ha contado con una gran vitalidad empresarial y capacidad de iniciativa en su economía sumergida, lo que ha creado una laxa conciencia legal de cuyos efectos perniciosos no se han visto libres los medios de comunicación.

— Tampoco hay que olvidar sus peculiaridades políticas, con un Partido Comunista siempre decisivo en la configuración de los sucesivos gabinetes, una Democracia Cristiana que ha debido gobernar mediante el con-

sensu, un Partido Radical en crecimiento y un sindicalismo y terrorismo que merecerían punto y aparte.

En conclusión, y como escribe Bechelloni: «I fatti mostrano che esiste nel paese una vitalità culturale, imprenditoriale, politica, che spiega il proliferare delle radio e delle televisioni private espressione di interessi emergenti che utilizzano tradizioni culturali non omologate al modello nazionale. Mostrano anche la necessità di una continua e defatigante trattativa tra gruppi e partiti per la gestione di un mezzo culturale como la televisione pubblica, percepito da quasi tutti gli italiani como *nazionale*, como espressione dell'identità nazionale, per quanto labile essa possa essere».

Sin embargo, los italianos no se han desentendido de la noche a la mañana de su televisión pública como aglutinante de una siempre precaria identidad nacional. El proceso ha sido largo y muy instructivo para cualquier observador de la sociología del audiovisual, pudiendo fraccionarse en cuatro secuencias bien diferenciadas:

— La primera etapa, de experimentación e implantación, coincide con los años cincuenta y prepara el camino para una profunda identificación de los italianos con la televisión.

— Tal identificación cuaja entre 1960 y 1967, años en los que la TV representa un factor muy importante para la conciencia colectiva. Pese al oficialismo de los telediarios, ver la TV supone un rito colectivo que remata todo el proceso de modernización y progreso italianos.

— Un gran cambio sobreviene entre 1968 y 1976, con el país sumido en una profunda crisis de transformación social. Esos conflictos no tienen su reflejo y evolución paralela en la televisión (que, impertérrita, sigue su curso como si aquello no fuera con ella). Debido a ese desfase con la realidad de la calle, la gente se aleja de la TV, no la sigue ni considera ya con la misma intensidad y participación que en la primera mitad de los años sesenta.

— En la cuarta fase, la actual, ya no hay la televisión (o *la* radio), sino *las* televisiones o *las* radios. El carácter unitario y aglutinador se ha perdido y, con él, el carisma de que se vio investida. No puede hablarse de desilusión porque tampoco despierta expectativas desmesuradas. La TV es *uno de los modos* de pasar el tiempo o *una de las fuentes* de información, pero el continuo cambio de canales (en Italia, tras la introducción del mando a distancia, se cambia una media de 23 veces por hora) o el vídeo han roto aquella vieja monogamia que convertía a la TV pública en un elemento casi sagrado en los rituales de identificación social.

De ahí que el público italiano haya sido presa relativamente fácil de estrategias que, como la de Berlusconi, han sopesado con gran astucia el momento y flancos del ataque para la introducción de la iniciativa privada.

## Berlusconi o la estrategia de la araña

En un informe que analiza el panorama a la altura de 1984, Jean-Marie Charon<sup>4</sup> recuerda la famosa *estrategia de la araña* seguida por el promotor inmobiliario Berlusconi para hundir a una competencia que, como la prestigiosa empresa Rizzoli, tantas bazas parecía tener a su favor:

— Los editores se embarcaron en la TV con un proyecto cultural, buscando una imagen de marca y comprando programas de calidad. Entretanto, Berlusconi se centró en su objetivo de rebañar espectadores a la RAI: le arrebató las series americanas más populares, privilegiaba la compra de programas «fáciles» e implantaba, respecto a los canales públicos, una auténtica política de *contraprogramación* (si la RAI emitía un programa cultural, Berlusconi ponía una película; si la RAI presentaba una película, él echaba mano de las variedades; si la RAI recurría a las variedades, él transmitía un programa deportivo; si la RAI transmitía un programa deportivo, él introducía una película pornográfica...).

— En cuanto a los noticiarios, los grupos de prensa creyeron jugar con ventaja gracias a su red de corresponsales; pero ésta no se ajustaba a las exigencias del audiovisual. Con efectivos más reducidos y ágiles, Berlusconi batía a la competencia en su propio terreno, las actualidades.

— Acostumbrado a las operaciones inmobiliarias, Berlusconi podía allegar fondos mucho más rápidamente que sus rivales, hacía subir los precios y se retiraba en el último momento, dejando a la prensa enfrentada a la compra de unos programas pagados a precios diez veces más altos de lo habitual.

— Los grupos de prensa se movieron dentro del cuadro legal, respetándolo escrupulosamente; cosa que no hizo Berlusconi, quien reagrupó su red sin autorización.

Entre otros muchos daños derivados para el sistema italiano, la estrategia de este último ha convertido a Italia en un ariete ideal para la colonización audiovisual estadounidense. Como declaraba un responsable de la RAI: «Somos muchos los que nos apercibimos de que las televisiones privadas italianas, bajo la apariencia de la liberalización de las ondas, no eran más que la cabeza de puente de una ofensiva económica y cultural de la televisión americana. Y hemos comprendido que la respuesta tenía tres nombres, *producción, calidad, Europa...* Las televisiones europeas y los Estados de la CEE deberían tomar conciencia de la importancia de la apuesta e imaginar mecanismos que armonizaran el cine y la televisión, las cualidades culturales y las ambiciones económicas»<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> «Italie: Modernisation des quotidiens et tempête télévisuelle», resumido en *De l'écrit à l'écran*, Centre Georges Pompidou, París, 1986.

<sup>5</sup> Entrevista en *Le Monde*, 26-4-1984. Como es sabido, la posterior Declaración de Delfos y la constitución de un espacio audiovisual europeo han cambiado sustancialmente la apreciación de este problema en los dos últimos años.

Es así como la RAI se ha lanzado a la producción de miniseries *a la europea*, con las que recupera audiencia, gana dinero y siembra la semilla para futuras colaboraciones internacionales. Es el caso de *Quo vadis?*, de las adaptaciones de Fogazzaro (*Piccolo mondo moderno*, *Il Santo*), de la muy celebrada *Marco Polo* o la más polémica *Cristóbal Colón*, que han sido vendidas en todo el mundo, incluidos los EE.UU. Y en esa misma dirección apunta la reciente decisión de crear un Grupo de Producción Europea que implica a Antenne 2 (Francia), ORF (Austria), RAI (Italia), SRG/SRR (Suiza) y SDF (Alemania)<sup>6</sup>.

El *Informe Fichera* (que toma su nombre del Massimo Fichera, vicepresidente de la RAI), elaborado en 1983 por un equipo de expertos del Departamento de Investigación de la RAI, dirigido por Giorgio Cingoli, estima que si la TV italiana no quiere verse inundada por productos americanos debe producir grandes teleseries, Las teleseries —se viene a decir— no son tanto un género cuanto un método de producción íntimamente ligado a la estructura de la sociedad industrial. Del estudio comparativo de los sistemas de producción empleados en los principales países suministradores, el Informe Fichera deduce las siguientes observaciones:

— La producción de las teleseries deberá ser confiada a colaboradores exteriores que trabajen en equipo y no estén directamente empleados por la RAI.

— Cada teleserie será confiada a un *coordinador*, nueva figura a caballo entre el productor de cine y el programador de TV.

— Los guiones se confiarán a un equipo colectivo.

— No habrá realizadores *vedettes*, sino un equipo especializado en teleseries.

— La producción de un episodio se limitará a seis días, o a quince para una serie internacional (la media de la RAI para la producción de una hora se situaba entonces en dieciocho días).

— Los temas se fijarán en función de la audiencia (italiana o extranjera).

— Se tenderá al sistema de exportación de *package deal*, impuesto por los americanos: si alguien quiere adquirir una buena y acreditada película italiana, sólo podrá hacerlo en un lote que incluya, además, una teleserie.

— La producción de teleseries deberá centralizarse (Fichera propone a tal efecto los estudios de la RAI en Turín y Nápoles).

El Informe Fichera (que levantó en su día ampollas en el seno de la RAI) muestra lo preocupante que ha llegado a ser el panorama italiano como consecuencia de una estrategia salvajemente comercial. Muchas han

---

<sup>6</sup>Una extensa lista de todas estas series y su alcance puede verse en Angelo d'Alessandro, *La serialità nel cinema e nella televisione*, Lucarini Editore, Roma, 1984.

sido las voces que se han alzado al respecto, y no pocas las publicaciones que han tratado de meditar colectivamente sobre el problema. En la titulada *Gli audiovisivi in Europa (Aspetti e problemi della produzione e della diffusione*, Marcello Sacchetti, Presidente del Instituto Luce-Italnoleggio, escribía: «Che produrre oggi, puntando solo ai nostro mercati interni, è finanziariamente precario, competitivamente inutile (rispetto ad oltre Oceano), culturalmente impotente (nel senso dell'efficacia rispetto a grandi *audiences internazionali*)»<sup>7</sup>.

Por su parte, en *Quella parti di cinema chiamata televisione*, Vittorio Giacci y Stefano Rolando emitían el siguiente diagnóstico: «Un'ipotesi innovativa, soprattutto perché obbliga a ripensare alle linee di fondo della politica produttiva e commerciale del settore cinetelevisivo italiano uscendo da tre ordini di dipendenza: *la dipendenza ideologica*, che penalizza come secundaria ogni riflessione sugli aspetti strutturali dei problemi; *la dipendenza corporativa*, que antepone gli obiettivi dei gruppi di interesse più forti a quelli che si potrebbero invece raggiungere confrontandosi con i problemi reali di una cinematografía in crisis e di un sistema televisivo in sviluppo, ma con scarse strategie; *la dipendenza culturale ed economica*, que —come è fin troppo ovvio— riguarda il nostro rapporto con i sistemi produttivi forti, prevalentemente d'oltre oceano»<sup>8</sup>.

La cuestión ha llegado a ser tan preocupante que se han celebrado congresos internacionales para debatir los medios más adecuados con los que oponerse a la devastadora penetración americana. Y ya resulta de por sí sintomático que Italia haya sido el anfitrión más continuado de estos encuentros con fuerte carga europeísta. Dos de los más destacados, celebrados en 1984 y 1985, fueron organizados por la Mediateca Toscana bajo la convocatoria genérica de *Teleconfronto*, y publicados en su serie *Materiali sul Telefilm*<sup>9</sup>.

¿Por qué los telefilms americanos han triunfado en Europa?, se pregunta Antonino Cascino al tratar de establecer el perfil de un telefilm para resultar competitivo en los años 80. Y su respuesta se articula:

— En primer lugar, han triunfado por su forma de producción. Los telefilms americanos están por todos lados porque se producen en dosis masivas. Y un producto omnipresente tiene ya muchas probabilidades de llevar las de ganar.

— En segundo lugar, por los modelos y valores a los que sirven de vehículo.

---

<sup>7</sup> «Proposte per una cooperazione audiovisiva europea», Edizioni RAI, Torino, 1984.

<sup>8</sup> *Verso l'integrazione del sistema audiovisivo*, A cura di Claudio Martelli, Guanda, Milano, 1981.

<sup>9</sup> Se titulan, respectivamente, *Perchè il telefilm americani hanno successo in Europa?* y *Film e Telefilm: l'Europa colpisce ancora?*



— En tercer lugar, por la eficiencia de su sistema de distribución.

Claro está que todo ello se apoya en la magnitud del mercado interno estadounidense, que permite aplicar un presupuesto de 100.000 dólares a un episodio de 30 minutos porque se puede recuperar ese dinero en la primera difusión a través de los circuitos americanos, gracias al patrocinio de la publicidad. Los ingresos posteriores representan ya beneficios netos y pueden continuar durante años. Al estar amortizados en origen permiten precios muy competitivos, que se adaptan a cada mercado nacional. Por ejemplo, lo que cuesta en Alemania 8.500 puede ser ofrecido a Holanda en 2.000, a España en 1500, a Arabia Saudita en 650... en función de los parámetros de cada país, donde hunden los precios<sup>10</sup>. En cualquier caso, los beneficios son inmensos: durante 1983 los EE.UU. ingresaron 500 millones de dólares por la venta de material televisivo en el extranjero.

De ahí los medios con que trabajan, con un censo de unos 25.000 guionistas profesionales que, depurados, arrojan unos 85 programas-piloto, de los cuales sólo se realizan, finalmente, unos 23, tras haber invertido en cada programa-piloto unos 750.000 dólares. Y de ahí también una arrogancia que permite al presidente de la MCA-Universal declarar en el Festival de TV de Cannes a los periodistas que le han preguntado sobre las perspectivas de coproducciones francoamericanas en series televisivas: «Por el momento no estamos interesados en coproducciones. Quizá podamos replanteárnoslo en un par de años. Quizá. Tengan en cuenta que nuestros almacenes están repletos de productos y no tenemos ninguna necesidad de comprar».

Efectivamente, ¿para qué aliarse con mercados que ya les pertenecen y cuyas producciones despertarían un interés más que dudoso dentro de los EE.UU.? Incluso un cineasta de cuño tan «europeo» como Woody Allen afirmaba en una entrevista aparecida en el *Business of Film at Cannes* el 10 de mayo de 1983: «América dirige la mayor parte de su producción a la clase media, se trate de automóviles o de música pop. Por el contrario, Europa siempre se vuelca hacia una élite aristocrática o una clase media depauperada»<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Un ejemplo francés: un programa de 55 minutos cuesta una media de 1 millón de francos si es francés, pero baja a 0,0052 si es de importación (Fuente: Informe de Claude Degan en el simposio de Lisboa sobre «el cine y el Estado», citado en *Filmaction*, número especial sobre «Les écrans colonisés», febrero-marzo 1983).

<sup>11</sup> Más recientemente, Jack Valenti, presidente de la Motion Picture Association of America, se expresaba al respecto empleando términos que —aunque referidos a conflictos comerciales— parecían directamente tomados del lenguaje de la guerra fría. Valenti aludía a las para él intolerables medidas proteccionistas audiovisuales de la «Fortaleza Europea» como si de una declaración bélica se tratara: «I came here to see wheter there's peace or war... You people just threw a grenade into our area, and the pin's pulled out». (*Newsweek*, October, 9, 1989, p. 40). Del desprecio de hace dos años, los americanos han pasado a la preocupación y agresividad actual respecto a la potencia que podría derivarse de una Europa unida en lo audiovisual. Algo es algo.

## La penetración americana y la pérdida de identidad cultural

Pero, con ser importantes los factores económicos que se derivan de una colonización de la pequeña pantalla, lo son aún más los culturales de todo orden que inseparablemente conllevan,<sup>12</sup> pues es bien conocida la capacidad multiplicadora que tienen estos productos como cabeza de puente para la penetración del consumo estadounidense. Como dice el economista J. K. Galbraith, «el artista es la punta del desarrollo, no su ingeniero». Sin embargo, no suele insistirse tanto en los cambios profundos (incluso subliminales) que provocan en la identidad nacional.

A partir de una cita de Z. Brzezinski («los EE.UU. son la sociedad que mejor comunica») Michè Matteredart ha subrayado el reciclaje constante que preside el flujo de imágenes en la TV americana, remodelando de forma incesante un imaginario utilizado como punto de referencia común. Un buen ejemplo de sinergia entre los factores aislados de ese gran *banco de imágenes* lo proporciona la revisión de los formatos mediante el llamado *efecto-género*. Así, la serie de *Indiana Jones* constituye un auténtico muestrario de toda la memoria hollywoodense en el cine de aventuras, mientras que *Dallas* se sitúa conscientemente en la confluencia del *western*, la *soap-opera* y las sagas familiares. A su vez, *Sesame Street* ha mezclado el universo infantil con un auténtico cóctel de recursos televisivos, espectacularizando de esa manera sus objetivos pedagógicos: dibujos animados, marionetas, sketches, comedia, folletín, publicidad, etc.

Y, lo más grave, existe una peligrosa coherencia entre la producción serial americana y la publicidad, a la vista de las tendencias que regulan el modo de producción y de consumo de todos los sectores de la TV y de la vida cotidiana, en general. Este desenfrenado ritmo publicitario alcanza incluso a los documentales, como ha señalado un crítico de *Cahiers du Cinéma* al recapitular una retrospectiva de 10 años de televisión estadounidense en el Centro Pompidou en diciembre de 1981: «Sí, la competencia es despiadada y el dedo del espectador es agilísimo sobre el mando a distancia. Cada 45 segundos el documental cambia de angulación. Podría hacerse un estudio apasionante sobre el número de cambios de encuadre o de ambiente en las retransmisiones americanas. Estoy seguro de que haciendo una media de todos los productos llegaríamos a una *UBTT* (Unidad Base de Tiempo Televisivo) que rondaría los 45 segundos»<sup>13</sup>.

Todos esos factores combinados convierten a la producción americana en terriblemente depredadora, sobre todo si inciden sobre mecanismos que

---

<sup>12</sup> Así lo hace notar Michèle Matteredart en su ponencia «I telefilm americani, i loro valori, i loro modelli culturali, il loro successo», incluida en *Parchè il telefilm americani hanno successo in Europa?*

<sup>13</sup> *Cahiers du Cinéma*, Janvier, 1982.

le son favorables, tal y como sucedió con la manchesteriana desregulación televisiva que dio paso a las redes privadas italianas y abonó el terreno para una lógica audiovisual pensada a su medida.

En su ponencia *Osservazioni sulla produzione seriale in Italia*, el productor Roberto Levi resume en unos pocos datos la magnitud del estropicio al observar que, mientras en otros países la producción nacional ronda el 80 % y la extranjera el 20 % restante, en Italia es exactamente al revés: «Probabilmente abbiamo un 80 per cento di programmi importati dagli Stati Uniti contro un 20 per cento di prodotto nazionale assicurato solo dalla RAI». En teoría, se ha llegado a esa situación por el respeto a la libertad de expresión reconocida en la Constitución, pero de hecho se está destruyendo la libertad de cultura e información que, precisamente, pretendía salvaguardar la carta magna. La libertad de elección va siendo clausurada a medida que se va introduciendo por doquier una producción estandarizada y unificada, haciendo mella incluso en el servicio público, que se va desnaturalizando para hacer frente a la competencia de las redes privadas.

¿Cabe alguna defensa? El grupo de trabajo *Modelli culturali, politica nazionale e strategia di sviluppo* comienza su exposición recordando el ya tópico informe presentado por la CEE al Parlamento Europeo, en que se plantea para Europa un próximo consumo de 500.000 horas de ficción frente a las 1.500 que hoy produce el continente. Y concluye estableciendo las características que debería tener una producción audiovisual europea para ser competitiva en los mercados internos e internacionales:

— Cuanto más acusadas sean las características nacionales y mejor reflejen una cultura, patrimonio y recursos propios, mayores posibilidades tendrán fuera de sus fronteras. La estandarización e imitación de productos ajenos es ineficaz y los hechos prueban que la tierra de nadie en que han debido moverse ciertas coproducciones para contentar a todos terminan por concretarse en productos híbridos e incoloros, sin fuerza competitiva. Se ha observado que los productos europeos tienen ahora oportunidades sin precedentes en el nada desdeñable mercado americano de las videocassettes a condición de que motiven la curiosidad del espectador por formas de vida y cultura ajenas<sup>14</sup>.

— El producto vector sigue siendo la producción cinematográfica, que sirve como punto de referencia y tiene mayor capacidad de innovación, circulación de ideas, creación de géneros y posibilidad de utilización de todas las gamas y formatos de los circuitos audiovisuales (sala, monitor,

---

<sup>14</sup>Efectivamente, el magnetoscopio doméstico ha modificado muchos usos de consumo audiovisual: antes, una película europea no tenía demasiadas oportunidades en la pantalla de un cine estadounidense, pero el consumidor individualizado se arriesga más, por ser mucho más barato, y hay americanos a los que les gusta explorar desde su hogar otros horizontes. Un caso típico puede ser la *Carmen* de Saura, que llegó a situarse en el lugar número 15 del *hit parade* de videocassettes en EE.UU.

cable, cassette). Todo plan que tienda a desestabilizar el equilibrio entre las diversas formas de expresión y consumo existentes marginando la industria cinematográfica corre, pues, los peligros propios del monocultivo.

— La internacionalización del mercado cultural impulsa la necesidad de introducir fuertes elementos de industrialización en el campo audiovisual. Pero esto no excluye, en absoluto ninguna forma existente de producción, incluso las más artesanales, ya que una multiplicación descentralizada de los centros productivos es perfectamente deseable, a tenor de lo dicho en el primer punto: la pluralidad, la originalidad, la creatividad y la diversidad constituyen la mejor baza que puede jugar Europa en este mercado, y su mayor fuente de recursos.

Ahora bien, una cosa es el artesanado y la multiplicación de centros y otra muy distinta la descoordinación y el palo de ciego, por lo que se imponen directrices muy netas, que consideren:

— Una decidida óptica *prospectiva*, lo que implica una investigación a fondo del panorama presente y las tendencias que se dibujan en el horizonte.

— Una valoración de la magnitud económico-política que está en juego en este terreno.

— La sensibilización de los gobiernos de todos los países europeos acerca del carácter ampliamente político y estratégico que reviste este sector para el continente, incluida la construcción de un nuevo organismo adecuado a las necesidades de financiación y coordinación del sector.

— La promulgación de directrices y leyes nacionales que tiendan: al máximo aumento de las aportaciones europeas en el campo del *soft* y del *hard-ware*; a la orientación de ese nuevo desarrollo hacia una producción fuertemente caracterizada en su multiplicidad y diferenciación de la oferta; a la revisión de los acuerdos multilaterales existentes a la luz de las modificaciones introducidas; a la suscripción de consorcios de todo tipo (científicos, culturales, de producción) entre los organismos públicos y privados de distribución según las indicaciones del *Informe Prouvost* aprobado por el Parlamento Europeo en 1985.

En cuanto a los aspectos **técnicos** a los que termina aludiendo la ponencia citada, no son menos autocríticos Franco Cappuccini y Giovanni B. Stracca, al detectar el déficit ya crónico de investigación propia, y eso a pesar de los laboratorios bien dotados, como el *Centro di studio per la telecomunicazioni spaziali* del Politécnico de Milán, el *Centro di studio sulla televisione di Turín*, el *LAMEL* de Bolonia (dependiente del *Centro Nazionale di Ricerca*), el *IESS* de Roma, el *ISI* de Pisa; a los que hay que añadir los grupos de investigadores de las facultades de Ingeniería y Física (Bolonia, Modena, Pavia, Milán, Génova) y las entidades industriales como Olivetti, Italtel, Selenia o Zanussi...

Esta es la opinión de Cappuccini y Stracca: «La crónica mancanza di

personale técnico nelle nostre facoltà scientifiche non è solo legata alla pratica impossibilità delle università di reperirei tecnici specializzati necessari sul mercato del lavoro con i bassi stipendi previsti per i dipendenti statali, per i ruoli tecnici delle università, le quali non fanno differenza tra esigenze di facoltà científicas e umanísticas, pur profundamente diverse tra loro, e con le modalità di assunzione previste dalla leggi esistenti. E infatti da tenere anche presente la pratica impossibilità (ancora per le stessi motivi) di avere nelle facoltà científicas un número de posti in organico adeguato alle necessità per questo tipo di actividad. Né si vede como si possa, in tempi ragionevolmente brevis, arrivare ad una legislación universitaria, meno arretrata culturalmente, in cui le esigenze diverse tra facoltà umanísticas e científicas, e tra diverse facoltà científicas, possano essere tenute in considerazione»<sup>15</sup>.

No todo es negativo, sin embargo, y cabe citar al respecto experiencias como el *Il nuovo mondo dell'immagine elettronica*, celebrada en mayo de 1982 en Turín y que condujo poco tiempo después a una interesante colaboración entre el Instituto per l'Informatica e l'Elettronica Giorgio Quazza, el Istituto di Storia del Cinema e dello Spettacolo de la Facultad de Magisterio de la Universidad de Turín y la RAI. La Universidad aportaba las bases culturales para el conocimiento del lenguaje audiovisual, la RAI ponía a su servicio sus medios profesionales y el Istituto G. Quazza la parte técnica. La publicación de sus resultados ilustra bien sobre este nuevo desafío<sup>16</sup>.

Pero no esa la tónica, ni mucho menos. La dinámica descrita en las páginas precedentes ha conducido a una dispersión de efectivos que hace clamar por el establecimientos de **centros multimedia** como una inapreciable base operativa desde la que iniciar una deseable sinergia social, educativa, cultural... como se escribe en las conclusiones de las actas del simposio *Teatro scuola e centri multimedia in un sistema formativo integrato*: «Certo è difficile in questa scuola italiana, in questa società italiana, all'interno di questo quadro legislativo e di governo, pensare di realizzare una política dei *cento fiori*, dei centri multimedia che con queste caratteristiche

---

<sup>15</sup> Los datos sobre los laboratorios están extraídos de Cappuccini y Morganti («Preparation of colour television in Italy», *Alta frequenza*, vol. XLIII, 1974) y el texto de Cappuccini y Stracca, «La ricerca per la televisione del futuro», incluido en *Nuove dimensioni televisive*, Edizioni RAI, Torino, 1984.

<sup>16</sup> Los resultados se publicaron con el mismo título del encuentro bajo la coordinación de Guido y Teresa Aristarco: *Il nuovo mondo dell'immagine elettronica*, Edizioni Dedalo, Bari, 1985. En el volumen se recogen textos de críticos como Guido Aristarco o Gillo Dorfles; realizadores como Antonioni, Godard, Coppola, Liliana Cavani, Ingmar Bergman, Bertolucci o Zefirelli; técnicos como Vittorio Storaro (director de fotografía de *One from the Heart* de Coppola, que en 1982 hizo uso de amplios recursos de la imagen electrónica) o Harrison Ellenshaw (responsable de la imagen por ordenador de *Tron*); y de empresarios como Giorgio Mondadori (presidente de Mondadori Editore), Paolo Guarnero (director de Industrie Zanussi), Loris Giorgi (director de Generale Kodak) y de Giorgi Santoranti (de Philips).

si sviluppano non soltanto nelle solite aree forti di Bologna, dell'Emilia o a Torino, magari a Genova, ma anche a Roma e soprattutto nel Mezzogiorno; però io credo che il senso di questo convegno sia proprio qui, nel sottolineare la necessità estrema che a questo convegno segua un grande movimento culturale che riguardi il mondo della scuola, che riguardi il mondo del teatro, che riguardi l'insieme degli Enti locali e delle Regioni, perché, appunto, attraverso questo movimento e questa iniziativa politica, culturale, istituzionale si possano realizzare alcune prime esperienze significative»<sup>17</sup>.

Esa misma desproporción entre el gran desarrollo de la cultura de masas y la falta de lugares donde investigar y experimentar coordinadamente sobre ella es subrayada por Gianpiero Gamaleri: «Oggi assistiamo a una sproporzione vistosa tra lo sviluppo della comunicazione di massa quella e le ricerche e le sperimentazioni condotte in questo campo»<sup>18</sup>.

### **Universidad e investigación audiovisual**

En Italia se ocupan del audiovisual unas veinte universidades, en su mayoría con un fuerte anclaje cinematográfico y a partir de los Departamentos de Literatura (un 75 % de la docencia e investigación, aproximadamente, tiene este origen). Una de las fórmulas más habituales integra esta dedicación en el seno de Institutos del Teatro y del Espectáculo, pero no es rara la fusión con Música, Filosofía o historia del Arte (incluso con Arqueología).

Hay que hacer notar que, a diferencia de lo que establece la LRU en España, en Italia son los Departamentos los que integran a los Institutos Universitarios, y no al revés, por lo que los efectivos de estos Institutos del Teatro y del Espectáculo no son excesivos, moviéndose entre los 12 y 18 profesores y disponiendo de unos pocos vídeos (domésticos o U-Matic) y/o películas y contando sólo excepcionalmente con salas y ayudantes de proyección<sup>19</sup>.

La situación es, por tanto, realmente anárquica, y en modo alguno puede hablarse de estrategias globales de investigación como las arbitradas en Francia a partir de instituciones como el INA (Institut National de l'Audiovisuel) o en Inglaterra con el BFI (British Film Institute). Lo más

---

<sup>17</sup> *Teatro scuola e centri multimedia in un sistema formativo integrato*, a cura de Anna Maria Simbaldi, Bulzoni Editore, Roma 1985.

<sup>18</sup> *La sfida delle immagini alla scuola*, Bulzoni Editore, Roma, 1982.

<sup>19</sup> Al no haber centralizado las universidades sus recursos audiovisuales, la desproporción es muy notable en los diversos centros docentes. Y así, frente al desamparo de quienes estudian el audiovisual en sí mismo, puede darse el caso de Facultades de Medicina que disponen de cámaras de 35 ó 16 mm. y abundantes de U-Matic y que se limitan a usarlas instrumentalmente contratando a técnicos para que filmen sus operaciones.

parecido a ese modelo sería, en lo *nacional*, el bloque de centros de la imagen situados en la Vía Tuscolana de Roma (Centro Sperimentale di Cinematografía, Cineteca Nazionale, Istituto Luce y Cinecittà) y, en lo *regional*, las distintas mediatecas (Mediateca Toscana, mediateca Emilia-Romagna, Cineteca de Bolonia, Cineteca Italiana de Milán, Museo del Cinema de Turín, Archivo de la Biennale de Venecia, etc.).

Lo más parecido a un órgano coordinador sería el **Centro Sperimentale di Cinematografia (CSC)**, de Roma que es, de hecho, la gran escuela de cine y la gran biblioteca de Italia en esa materia, con su servicio adjunto de publicaciones en torno a la revista *Bianco e Nero*. Junto con la Cineteca Nazionale, dispone de un presupuesto crecido y conserva unas 20.000 películas en buenas condiciones, pero su funcionamiento deja mucho que desear. A pesar de su vecindad física (están situadas frente a frente), sus contactos con Cinecittà son esporádicos y nada ejemplares, dado que estos últimos estudios constituyen un ente autónomo muy burocratizado y sindicalizado, con una estructura organizativa similar a la que vertebraba en España el INI. Finalmente, y a diferencia del Institut National de l'Audiovisuel, el CSC no tiene producción propia, sino prácticas internas para los alumnos, no realizando exhibiciones de ese material ni presentándose a concurso, como el INA.

El Centro Sperimentale di Cinematografía ha quedado, pues, anclado en la vieja estructura mastodónica que, como Cinecittà, puso de relieve con su fundación en 1935 el interés del fascismo (y el personal de Mussolini y su hijo) por las posibilidades de propaganda que ofrecía el cine. También parecen haber pasado sus tiempos gloriosos, aquellos en los que formaba, con presupuestos de lujo,<sup>20</sup> a alumnos como Antonioni, Pietro Germi, Luigi Zampa, De Santis, Bolognini, Bellocchio, Liliana Cavani, García Márquez, Fernando Birri, Tomás Gutiérrez Alca, Alida Vali, Claudia Cardinale, Vittorio Storaro, Néstor Almendros, Dino De Laurentis...

El CSC dispone de considerables medios técnicos: oficinas, aulas, salones de proyección, studios, biblioteca, fototeca, teatro, camerinos, sala de montaje, de doblaje, de sincronización, estudios de TV, laboratorio fotográfico y laboratorio de animación. Sus estatutos le encomiendan:

— Cursos ordinarios y especiales, que concluyen con la expedición de un diploma (especialidades: dirección, guión, sonido, escenografía, fotografía, vestuario, producción, montaje, información audiovisual y animación).

— Una sección de estudio y documentación, que comprende una biblioteca, una hemeroteca, archivos, etc.

— Una sección de investigación y experimentación.

---

<sup>20</sup>Ha solido admitir unos seis estudiantes por curso en la especialidad de dirección, con una gran apertura (hay que decirlo en su honor) hacia los países hispanoamericanos.

— Una sección editorial (*Bianco e Nero*, la enciclopedia *Filmlexicon degli Autori e delle Opera*, colecciones de estudios, investigación y documentación y la colección de *Cuaderni della Cineteca Nazionale*).

— La Cineteca Nazionale.

Este último centro, la Cineteca Nazionale, no es, pues, una entidad jurídica, sino parte del CSC creada por una ley de 1949 para asegurar la conservación de las películas italianas y extranjeras de valor artístico, cultural y sociológico. Sus atribuciones crecieron en 1957, al depositarse en ella todas las copias positivas de los filmes declarados de nacionalidad italiana, incluidos los cortometrajes, documentales y noticiarios y, también los contratipos negativos de todos los que han recibido los premios especiales a la calidad. De dichos contratipos la cineteca obtiene las copias que circulan por asociaciones culturales, filmotecas regionales, universidades, embajadas y demás instituciones que los proyectan con fines no lucrativos.

Más complicado es el funcionamiento del Istituto Luce y el Italnoleggio (que, junto con Cinecittà, forman el Ente Autonomo Gestione del Cinema), ya que se trata de sociedades anónimas participadas por el Estado. El Istituto Luce es, de hecho, otra filmoteca estatal, que integra el patrimonio propio, el de la Società Incom y el de la Società Sedi. Pero su apertura a la colaboración cultural se ve limitada por sus fines lucrativos. Ha de tenerse muy en cuenta, no obstante, dado que constituye la más importante colección de noticiarios, de material histórico y de costumbres que se conserva en Italia. A título de ejemplo, diré que en sus archivos pude localizar multitud de documentales rodados por los italianos en la guerra civil española, con amplio metraje dedicado a Aragón, en especial las batallas del Ebro y Teruel<sup>21</sup>.

### **La conservación del patrimonio audiovisual**

De todo ello se deduce que no existe en Italia ninguna institución, y así lo ha hecho notar el citado Vicedirector General de la RAI, Massimo Fichera: «Fino al 1975 la consultazione dei documenti era già molto importante ma soltanto di tipo profesionale interno. Tale consultazione è ormai consentita a tutti coloro che posono giustificarla con motivi di ricerca scientifica o professionale. Gli insegnanti, gli storici, i giornalisti, i ricercatori possono così avere accesso ai documenti, anche se ci sono ancora ostacoli per visionarli direttamente laddove non esistono delle copie. Dal gennaio 1979 l'INA mette a disposizione degli enti morali aventi scopi culturali o socioculturali, un certo numero di programmi televisivi che

---

<sup>21</sup> Sobre ellos se encuentra trabajando en estos momentos, con una beca del CONAI, José María Claver Esteban.



appaiono in un catalogo messo in distribuzione. Che accede in Italia? Anche da noi ci si è mossi a partire dalle esigenze interne. In funzione e alla luce di esse la RAI conserva nei propri magazzini il materiale da essa stessa realizzato, praticamente tutto il trasmesso. Naturalmente un magazzino non è ancora una teca: i magazzini —com'è noto— costituiscono una teca solo quando ad essi venga applicato un sistema di classificazione che disaggreghi ogni titolo in una serie di parti, ritenute ognuna significativa e interessante di per sé sola»<sup>22</sup>.

Tras analizar todo el cúmulo de consecuencias que se deriva de esa falta de coordinación en el archivado, investigación y difusión de los materiales audiovisuales públicos en Italia, Fichera concluye: «E un problema di relazioni con le altre istituzioni culturali e di ricerca; mi sembra infatti improbabile, e neanche auspicabile, che la RAI arrivi da sola ad affrontare e risolvere un problema di tale portata. Si tratta, ormai, di conservare e utilizzare una vera e propria *memoria nazionale*, attraverso appropriati strumenti tecnici; un impegno in cui la RAI è destinata ad operare, certamente, in prima línea, ma spero non da sola; è un'occasione, tra l'alto, per un incontro —anziché scontro— tra televisione e cinema, inteso questo in senso ampio, quindi anche come istituzione culturale (si pensi alla Biennale, alle cineteche, al Centro sperimentale); ma penso anche alla collaborazione con i luoghi di articolazione territoriale di questo lavoro (in primo luogo le regioni), all'incontro più ampio e sistematico con le università e con gli altri Centri di ricerca e culturali».

No es Fichera el único en echar de menos una racionalización de recursos y esfuerzos hoy dispersos. En el mismo simposio que él, Giulio Carlo Argan no se resigna a la falta de análisis, recogida, ordenación y distribución de la información en los centros que se ocupan del audiovisual en Italia. El Estado —exponía Argan— dispone de cátedras e institutos universitarios que podrían gestionar esa coordinación. Y concluye: «Certo io ho sempre sognato una enorme centrale di dati culturali per la ricerca. Mi piacerebbe, nella mia urbanistica utopistica, là dove Boullée aveva messo il Palazzo dell'Informazione, un luogo dove confluiscono e si elaborino tutti i dati relativi alla ricerca che si fa nel mondo».

### **La función descentralizadora de las mediatecas regionales**

Quizá sea en este terreno donde el modelo italiano arroja más luces que sombras y aspectos decididamente positivos. Es posible que, con estas

---

<sup>22</sup> Intervención en el simposio *I film come bene culturale* (Venecia, 25-29 de marzo, 1981). Recogido en las actas del mismo, publicadas en colaboración por la Biennale di Venezia y Edizioni RAI.

iniciativas descentralizadoras Italia trabaje con el viento a favor, convirtiendo en virtud lo que tan a menudo se vuelve contra su dispositivo audiovisual, esto es, la fragmentación de un Estado poco consolidado como tal y muy agredido por las estrategias privadas a la caza de una audiencia al precio que sea. En todo caso, y de cara a nuestros propósitos, es un aspecto de la realidad italiana sobre el que merece la pena hacer algunas consideraciones.

En Italia, por todo lo dicho, la descentralización audiovisual es inevitable, y bastarían los argumentos aducidos al respecto en el volumen *Pubblico e cineteche*,<sup>23</sup> donde se observa que el 76 % de la población se encuentra marginada del disfrute de los bienes culturales, situación que se concreta en el cine al constatar que el 45 % de las salas cinematográficas están situadas en el Norte, mientras que en el Sur se encuentran menos del 29 % de los locales.

De ahí la propuesta de nueva ley del cine presentada en 1981 por el Partido Comunista, en la que se corregían las tendencias centralizadoras que preveían una dotación extraordinaria de 4.500 millones de liras para la Cineteca Nazionale y una subvención anual de 1.500 millones. El PCI proponía, por su parte, subvenciones a la Cineteca Nazionale de Roma, pero, también, a la cineteca Italiana de Milán, el Archivio della Biennale de Venecia, el museo del Cinema de Turín. Sin embargo, no todas las regiones han desarrollado sus competencias en materia cinematográfica; para ser exactos, de las 19 regiones italianas, sólo lo han hecho 8: Veneto, Campania, Emilia Romagna, Lazio, Lombardía, Piemonte, Puglia y Toscana.

Otras buenas razones para no fiar todas las iniciativas a la Cineteca Nazionale las proporciona el profesor de la Universidad de Bolonia Antonio Costa en su ponencia presentada en el congreso *I film come bene culturale*<sup>24</sup>, celebrado en Venecia en marzo de 1981: «Mientras la Cineteca Nazionale ha incumplido casi completamente sus obligaciones (adquirir y hacer circular películas de producción extranjera relevantes en la historia del cine), ha sucedido que los cineclubs, apoyándose principalmente en coleccionistas privados o instituciones extranjeras, hemos promovido importantes operaciones de recuperación o redescubierto segmentos enteros de la producción del pasado; o que instituciones privadas, como la Cineteca Griffith de Génova haya no sólo adquirido con dotaciones modestas fondos de gran relieve para el conocimiento del cine primitivo, sino también demostrado la existencia de una demanda difusa en este sector específico casi completamente descuidado por la Cineteca Nazionale».

---

<sup>23</sup> Filippo M. de Sanctis y Fabio Masala, *Pubblico e cineteche. Nuove frontiere del lavoro educativo all'uso del cinema*, Bulzoni Editore, Roma, 1983.

<sup>24</sup> La Biennale di Venezia/Edizioni RAI, Venezia, 1982.

El director de la Mostra Internazionale del Nuovo Cinema y profesor de la Universidad de Siena, Lino Micciché, ha sido aún más sistemático en su diagnóstico durante su intervención en el mismo congreso. Parte de la producción anual italiana de largometrajes (unos 200) y la mundial (entre 3.000 y 3.500), para llegar a un cálculo de unos 15.000 títulos (en el caso italiano) o unos 120.000 largometrajes (si se incluyen todas las nacionalidades) como objetivos respectivos si se desea conservar todo el patrimonio necesario para una adecuada política de filmotecas. Pues bien, tomando ese horizonte como punto de referencia, encuentra que, frente a las 80.000 películas de Langlois en su Cinémathèque Française, la Cineteca Nazionale sólo conserva 12.000<sup>25</sup>.

Las críticas de todos arrecian al ocuparse de otro de los grandes depósitos fílmicos italianos, el Archivio Storico de Venecia, que depende de la famosa Mostra del Cinema. A diferencia de la Cineteca Nazionale, el Archivio veneciano guarda las películas sin las especiales condiciones ambientales requeridas: temperatura, aireación, humidificación, ventilación, etc. Y eso, en una ciudad como Venecia, degrada enormemente las cintas. Por otro lado, la Mostra no presta *a nadie sus* copias. Y esto es tan grotescamente cierto que una película como *Belle de jour*, de Luis Buñuel, premiada en ese certamen con el León de Oro (y, por tanto, conservada en el Archivio Storico) tuvo que ser pedida a la Cinémathèque Française ante la negativa del Archivio a prestarla a la propia Mostra para la Retrospectiva Buñuel de 1984. Igualmente, *Simón del desierto*, premiada en Venecia con un León de Plata, hubo de ser requerida a México por idénticas razones<sup>26</sup>.

Debido a esas y otras circunstancias que sería prolijo exponer, los escarmentados entes regionales tienden a allegar sus propios fondos audiovisuales en busca de un nuevo marco que pasaría por las siguientes reformas:

— Remodelación global de la Cineteca Nazionale, de manera que permita el acceso a sus fondos, y no sólo la conservación de los mismos.

— Promoción de cinotecas-videotecas (o sea, Mediatecas) regionales y descentralizadas. Debe ser algo sistemático, y no sólo un lujo de regiones ricas o de asesores iluminados y cinéfilos.

— Creación de una Cineteca Universitaria (o de un fondo específicamente universitario en la Cineteca Nazionale) y de un circuito de filmotecas escolares descentralizadas con el fin de proporcionar materiales audiovisuales a la enseñanza.

---

<sup>25</sup> El catálogo de la Cinemateca Nazionale indica 20.000 películas, sin contar las inflamables recluidas en los cinco bunkers a prueba de fuego. La razón de la discrepancia es que Micciché habla solo de largometrajes.

<sup>26</sup> Puedo testimoniarlo fehacientemente, ya que participé en la organización de dicha retrospectiva, colaborando en el catálogo editado al efecto por la Mostra.

— Introducción del audiovisual en las aulas, con los mismos honores de alfabetización sobre la imagen de que goza la alfabetización sobre la palabra.

— Inicio de una política de inventariado, catalogación y publicaciones que permita un flujo adecuado de información sobre el audiovisual y sus materiales auxiliares.

— Integración de los diversos equipos de investigación, hoy dispersos en cátedras de cine, de comunicación de masas, de teatro, de semiología del espectáculo, etc. (eso sin salir del campo de las *humanidades*; aparte estarían los enclaves *tecnológicos*).

Uno de los ejemplos más estimulantes es el de la Mediateca Toscana, que lleva unos tres años de existencia y cuenta con unos mil títulos de videocassettes de libre disposición para estudiantes e investigadores, y organizadora de ciclos, publicaciones y debates de gran interés, como los ya aludidos sobre el telefilm en Europa. Las palabras de su director, Fernando Di Giammateo, en el citado congreso *I film come bene culturale*, reflejan bien el espíritu de estos centros y pueden servir para cerrar este trabajo: «A ellos les incumbe establecer un contacto real, estrecho, continuo, con las necesidades audiovisuales existentes, mediante proyecciones, producciones, campañas promocionales, cursos de formación, intercambios y todo tipo de experiencias que tiendan a satisfacer las necesidades que se perciban en la región».