

Luchas de representación

Prácticas, procesos y sentidos audiovisuales colectivos
en el sur-occidente colombiano

Gerylee Polanco y Camilo Aguilera

 Colección Artes y Humanidades



“En la película La última gallina en el solar hay un personaje, El Mosca, que habla como el propio actor; o sea, él en la vida real habla así y en la película dice: '¡Es una herencia que me dejó mi abuela!'. Entonces alguien le dijo: “¡No, no, se dice herencia!”. Y yo le dije: 'No, no, sigamos grabando que está bien'. También pasó cuando ese actor dice yama, que se dice en realidad yema, la del huevo. Lo mismo cuando él dice comprobancia. Allí dijeron: '¡No, lo que pasa es que él quiso decir prueba!'. Y entonces yo les dije: '¡Pero me estás hablando de un sinónimo y todo el mundo va a entender lo que él quiso decir!'. Para uno entender no necesita siempre que le digan la palabra correcta y la gente entiende lo que uno quiere mostrar. Por eso es bueno no callar a las personas que tienen su voz; porque es importante uno conocer la expresión cultural de esas personas. Ahí es donde me parece que mostrar la forma de hablar de El Mosca es como una forma de mostrar que la televisión siempre quiere una perfección y ahí se oculta la realidad de las personas. La televisión tapa muchas cosas que la realidad nos puede mostrar” [Gufilms].



Luchas de representación

Prácticas, procesos y sentidos audiovisuales colectivos
en el suroccidente colombiano



Colección Artes y Humanidades

Polanco Uribe, Gerylee

Luchas de representación prácticas, procesos y sentidos audiovisuales colectivos en el suroccidente colombiano / Gerylee Polanco Uribe, Camilo Aguilera Toro. -- Santiago de Cali : Programa Editorial Universidad del Valle, 2011.

332 p. ; 24 cm. -- (Colección Ciencias Sociales)

Incluye bibliografía.

1. Medios de comunicación de masas - Historia - Colombia 2. Política cultural- Historia - Colombia 3. Televisión educativa - Historia - Colombia 4. Sociología de la cultura - Colombia I. Aguilera Toro, Camilo II. Tít. III. Serie.

302.23 cd 21ed.

A1301359

CEP-Banco de la República-Biblioteca Luis Ángel Arango

Universidad del Valle

Programa Editorial

Título: *Luchas de representación: Prácticas, procesos y sentidos audiovisuales colectivos en el suroccidente colombiano*

Autores: Gerylee Polanco Uribe y Camilo Aguilera Toro

ISBN: 978-958-670-904-0

ISBN PDF: 978-958-765-720-3

DOI: 10.25100/peu.259

Colección: Artes y Humanidades - Comunicación Social

Primera Edición Impresa julio 2011

Edición Digital septiembre 2018

Rector de la Universidad del Valle: Édgar Varela Barrios

Vicerrector de Investigaciones: Jaime R. Cantera Kintz

Director del Programa Editorial: Omar Díaz Saldaña

© Universidad del Valle

© Ministerio de Cultura

© Gerylee Polanco Uribe y Camilo Aguilera Toro

Fotografía carátula: Víctor González (de su película La última gallina en el solar, grabada en teléfono celular)

Diseño carátula: Gerylee Polanco y Camilo Aguilera

Este libro, o parte de él, no puede ser reproducido por ningún medio sin autorización escrita de la Universidad del Valle.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión del autor y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad del Valle, ni genera responsabilidad frente a terceros. El autor es el responsable del respeto a los derechos de autor y del material contenido en la publicación (fotografías, ilustraciones, tablas, etc.), razón por la cual la Universidad no puede asumir ninguna responsabilidad en caso de omisiones o errores.

Cali, Colombia, septiembre de 2018

Camilo Aguilera y Gerylee Polanco

Luchas de representación

Prácticas, procesos y sentidos audiovisuales colectivos
en el suroccidente colombiano



Colección Artes y Humanidades

Plan Audiovisual Nacional - PAN

Observatorios Audiovisuales

Proyecto de investigación *Experiencias de apropiación colectiva de tecnologías audiovisuales en Cauca, Nariño y Valle del Cauca*

MINISTERIO DE CULTURA

Mariana Garcés Córdoba: *Ministra de Cultura*

María Claudia López Sorzano: *Viceministra de Cultura*

Enzo Rafael Ariza: *Secretario General*

Adelfa Martínez Bonilla: *Directora de Cinematografía*

María Cristina Díaz Velásquez: *Asesora Dirección de Cinematografía - Coordinación general de la investigación*

UNIVERSIDAD DEL VALLE

José Hleap: *Dirección Escuela de Comunicación Social*

Camilo Aguilera y Gerylee Polanco: *Investigación*

Juan Paulo Galeano: *Coinvestigación*

Ramiro Arbeláez y Jesús Martín-Barbero: *Asesoría académica*

Melissa Saavedra y Marcela Velásquez: *Análisis estadístico*

Julio César Giraldo y Corporación Códice Comunicaciones: *Coordinación de los Encuentros Regionales de Organizaciones Audiovisuales*

Helena Sala: *Asistencia logística de los Encuentros Regionales*

Juan Velásquez, Lina Sánchez, Sandra Jaramillo, Denisse Martínez, Johanna Buendía, Laura

Puerta, María Andrea Díaz, Oriana Garcés y Yefferson Ospina: *Transcripción de entrevistas*

Eduardo Montenegro, David Escobar, Víctor González y Juan Paulo Galeano: *Realización materiales audiovisuales*

Ricardo Imbachi: *Diseño de página web*

Fundación Universidad del Valle y Cenprod: *Coordinación administrativa y logística*

Es posible acceder a este libro en versión PDF en la página web del Ministerio de Cultura de Colombia en el enlace correspondiente a la Dirección de Cinematografía (www.mincultura.gov.co) y en la del proyecto de investigación (<http://videocomunidad.univalle.edu.co>).

Universidad del Valle - Escuela de Comunicación Social • Calle 13 No 100-00 Edificio 383 • Cali • Teléfonos: (+2) 3212242-3212123 • Correo electrónico: cenprod@univalle.edu.co.

Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía • Carrera 8 No. 8 - 43 • Bogotá, D.C. • Teléfono: (+1) 3424100 • Correos electrónicos: cine@mincultura.gov.co, pan@mincultura.gov.co.

Contenido

Agradecimientos	9
Presentación	11
1. Imagen-política	13
Identidad-alteridad de la <i>imagen-política</i>	19
¿Movimientos de comunicación?	28
2. Antecedentes de la <i>imagen-política</i>: síntesis histórica de algunos usos del cine, el video y la televisión en América Latina (1960-2010)	37
La imagen en Movimientos	41
Las experiencias colombianas	53
3. Ocho experiencias de <i>imagen-política</i>	63
Tejido de Comunicación de la ACÍN - Santander de Quilichao	67
Corpoimagen – Sucre	108
El Medio – Pasto	134
Gufilms – Villapaz	151
Yubarta Televisión - Buenaventura	192
Colectivo Mejoda – Cali	212
Casa Occio – Cali	237
Fundación MAVI - Cali	264
4. Sentidos y prácticas de la <i>imagen-política</i>	293
1. Resistir imágenes ajenas	296
2. Hacer imágenes propias	298
a) La comunidad como <i>cultura</i>	300
b) La comunidad como <i>historia</i>	301
c) La comunidad como <i>conflicto</i>	301
d) La comunidad como <i>proyecto</i>	303
e) La comunidad ampliada	305
3. Incluir imágenes propias en <i>otras</i>	307
A modo de epílogo: comunicación, cultura y política	308
Muestra fotográfica	313
Bibliografía	319

**PÁGINA EN BLANCO
EN LA EDICIÓN IMPRESA**

Agradecimientos

Fueron muchas las personas y organizaciones que abrieron sus puertas y dieron su tiempo para apoyar el desarrollo de esta investigación. Debemos un especial agradecimiento a las ocho organizaciones que participaron en los estudios intensivos: Casa Occio, Colectivo Mejoda, Corpoimagen, El Medio, Fundación MAVI, Gufilms, Tejido de Comunicación de la ACÍN y Yubarta Televisión. De igual modo, agradecemos a las organizaciones y personas que asistieron a los Encuentros Regionales de Organizaciones Audiovisuales. Del Cauca: Corporación Fototrópica, Actoría Social-Coral TV, Asociación de Medios de Comunicación Indígena de Colombia/Amcic, Autoridad Ancestral Nación Misak, Asociación de Productores de Comunicación/Asprocom, Cineminga, Compañía Audiovisual Irreversible, Corporación Nuevo Imaginario, Fundecima, Proa Producciones, Tarántula Films, Programa de Comunicación Social y Grupo de Investigación Poliedro de la Universidad del Cauca. De Nariño: Canal Cultural Telepasto de la Universidad de Nariño, Casa de la Cultura de Tumaco, Cinestezia Estado Celuloide, Colectivo Perro Triste Producciones, Cooperativa Multiactiva Minga Juvenil de Tangua, Darío Villota, Emilio Coral, Fondo Mixto de Cultura de Nariño, Fundación para la Economía y la Cultura de Ipiales, Fundación Aleph Teatro, Grupo Cultural-Ecológico Pueblo Libre y Juan Carlos Melo. Y del Valle del Cauca: Asojóvenes Mediadores, Asociación Centro Cultural La Red/ACCR, Cineclub Los 400 Golpes de la Biblioteca Pública Municipal Daniel Potes Lozano, Cineclub La Maleta de Caligari, Corporación Arte Diverso, Escuela de Pensamiento Ambiental, Festival de Cortometrajes Ojo al Parque, Fundación Bugarte, Fundación Cinematográfica Golpe de Candela, Fundación Por un Futuro Mejor, Fundación Nacederos-Cine Pa'l Barrio, Institución Educativa Multipropósito, Institución Educativa Las Américas, Instituto Popular de Cultura, Punto de Enfoque, Red Nacional de Mujeres Afrocolombianas Kambirí, Trópico Films, Cineclub Kubrick de la Universidad Nacional de Palmira y Visualizarte.

Queremos agradecer de manera muy especial a Ramiro Arbeláez, y a María Cristina Díaz, por su interés y apoyo permanente a esta iniciativa; sin ellos no hubiera sido posible. También agradecemos al cuerpo docente de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle por abrirnos sus puertas y brindarnos el apoyo necesario, especialmente a Hernán Toro y a José Hleap. Extendemos también nuestra gratitud a los profesores Jesús Martín-Barbero y Luis Fernando Barón por sus oportunas asesorías. Agradecemos igualmente a las personas que de diferentes modos y en distintos momentos contribuyeron con la realización de este proyecto: Alexis Polanco, Claudia Bustamante, César Castro, Gabriela de la Parra, Germán Toro, Jorge Caicedo, Óscar Campo, Paul Donneys, Paula Trujillo, Pilar Guevara y Yeniter Poleo. Por último, agradecemos a amigos y familiares por su apoyo y paciencia: Alberto Aguilera, Camilo Plaza, Claudia García, David Escobar, Gloria Uribe, Gustavo, Martín y Felipe Mora, Jaime Polanco (q.e.p.d.), Kreusa Terán, Laura y Santiago Aguilera, Liliana Hurtado, Lina Rodríguez, Lina Sánchez, Martha Lucía Toro, Margarita Arboleda, María Leonor Aguilera, Oriana Plaza, Óscar Ruíz, Sol Colmenares y William López.

Presentación

Este libro toma por objeto los *usos colectivos* de tecnologías de comunicación, en especial las audiovisuales, en tres departamentos del sur-occidente de Colombia: Cauca, Nariño y Valle del Cauca. De manera específica se ocupa de procesos, prácticas y sentidos audiovisuales que quienes los agencian suelen inscribir en lo que ellos mismos llaman *video comunitario*, *popular*, *alternativo*, etc. Llamaremos sintéticamente a este tipo de usos del audiovisual *imagen-política*, un fenómeno complejo y diverso que caracterizaremos solo de forma preliminar en el primer capítulo, al tiempo que lo pondremos en diálogo con algunos conceptos que servirán como punto de partida del análisis. El segundo capítulo propone una revisión de algunos antecedentes de la *imagen-política*, con énfasis en los contextos latinoamericano y colombiano, donde, como intentaremos mostrar, hay desarrollos significativos desde al menos los años sesenta del siglo pasado. El tercer capítulo propone un conjunto de descripciones detalladas (*estudios intensivos*) de los usos que hacen de las tecnologías audiovisuales ocho organizaciones sociales de la región: en Nariño, El Medio (Pasto); en el Cauca, Corpoimagen (Sucre) y Tejido de Comunicación de la ACÍN (Santander de Quilichao); y en el Valle del Cauca, Yubarta Televisión (Buenaventura), Gufilms (Villapaz), Casa Occio, Colectivo Mejoda y Fundación MAVI (Cali). El cuarto capítulo propone un análisis cruzado de los resultados obtenidos en los estudios intensivos, alimentado con informaciones de otras organizaciones sobre las que también se indagó aunque con menor grado de profundidad. Más que diferencias, importarán allí las semejanzas en los modos en que estas organizaciones practican y significan la comunicación y, en especial, lo audiovisual.

Este libro nace de la invitación que el Ministerio de Cultura de Colombia hizo en 2009 a la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle¹ para realizar una investigación sobre el campo audiovisual del surocc-

¹ También participó de la ejecución de este proyecto la Fundación Universidad del Valle, encargada de las labores de coordinación administrativa.

cidente colombiano², con miras a obtener información cualificada para enriquecer sus políticas de fomento en esta área, en particular, las dirigidas a regiones del país distintas a la capital y al resto de ciudades donde la actividad audiovisual ha estado mayormente amparada por el estado. En esta línea regional, el Ministerio de Cultura lanzó en 2008 el llamado Plan Audiovisual Nacional (PAN), política cuyo diseño debería ser actualizado (como fue previsto desde el inicio) a partir de los resultados de este estudio y, en especial, sobre la base del libro *Videocomunidad: Apuntes para el desarrollo de políticas públicas audiovisuales* (Aguilera y Polanco, 2011), surgido también durante el desarrollo de este proyecto y que se diferencia del presente por cuanto hace menos énfasis en los resultados de la investigación y más en la tarea de ofrecer alternativas para la construcción de políticas públicas audiovisuales. El PAN también deberá ser ajustado con los resultados que arrojó otro estudio similar, efectuado de forma simultánea al nuestro, que abarcó el Caribe colombiano³. A este conjunto de iniciativas, en su última fase, se sumó la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Aecid).

La presente publicación constituye un ejercicio de análisis, en un grado apenas descriptivo, que queremos poner al alcance no solo del estado colombiano sino también, y tal vez sobre todo, del sector audiovisual que aquí indagamos. Sabemos del déficit de memoria escrita que en Colombia tienen los procesos que ha impulsado este sector audiovisual; por ello nuestro énfasis en el ejercicio de documentar y sistematizar modos de significar y hacer comunicación audiovisual por una parte de la población nacional cuya relación con las tecnologías de comunicación, más allá de su condición de consumidora, ha sido predominantemente ignorada (a juzgar por la poca bibliografía existente).

² Investigación realizada entre los años 2009 y 2011, que tuvo por título original *Experiencias de apropiación colectiva de tecnologías audiovisuales en Cauca, Nariño y Valle del Cauca*.

³ También fue encomendado por el Ministerio de Cultura. Se ejecutó mediante un convenio interinstitucional de universidades de esa región y se denominó *Los usos del audiovisual en el Caribe colombiano: relato desde las organizaciones, los realizadores y los colectivos*. Incluyó los departamentos de Córdoba, Sucre, Cesar, Magdalena, Atlántico y Guajira.

1. Imagen-política

*Si la máquina no nos encuentra
suficientemente enriquecidos interiormente,
la máquina no hará más que saquearnos
y dejarnos finalmente vacíos.*
Vilma Almendra¹

La historia de la comunicación mediada tecnológicamente (aquella que se vale de algo más que el cuerpo humano) es el resultado, entre otros, de dos procesos en disputa: uno que tiende a liberarla y otro que tiende a restringirla, esto es, uno que amplía el acceso a diversos actores sociales y otro que restringe su uso en unos pocos. En el terreno de las tecnologías de la comunicación visual no ha sido distinto. Roman Gubern muestra, en su ya clásico ensayo, titulado sintomáticamente, *Batalla de imágenes*, cómo el cristianismo se debatió entre permitir y prohibir el culto de las imágenes religiosas. Cuando consintió su uso no lo hizo sin arrogarse, por lo menos en ciertas etapas de su historia, el derecho exclusivo de producir las imágenes destinadas a la adoración. Por ejemplo, “durante toda la edad media la Iglesia tuvo en Europa el monopolio de la producción [...] icónica” (Gubern:60). En esos momentos, aunque controlara su producción, permitía su uso y, en ocasiones, incluso, lo promovía: “En [...] una sociedad [...] abrumadoramente analfabeta [...] el adoctrinamiento solo podía efectuarse mediante la oralidad y la imagen, fenómeno que acabaría por desembocar en las famosas *Bibliae pauperum*, compuestas únicamente

¹ Fue integrante del Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca (ACÍN), organización incluida en esta investigación.

por imágenes” (*Ídem*:59). Fomentar el uso de estas por medio de *Biblias para pobres*, sin embargo, no suponía estimular su producción entre los feligreses. Los medios y las técnicas necesarias para esto han sido siempre, en intensidades y modalidades diferenciadas, objeto de control.

Con la escritura no ocurrió de otra manera: “Durante siglos estuvo en manos de una minoría que, en temas de leyes, propiedad, historia e ideas, era una importante fuerza organizativa” (Williams:188). Solo ciertas élites gozaban de esta, con lo que se aseguraba un “acceso diferenciado” a este “sistema de comunicación” (*Ídem*). La escritura, pero también la imagen, han sido siempre objeto de “estratificación” (*Ídem*:190), inclusive en períodos de ciertas innovaciones tecnológicas que parecían abrir la posibilidad de uso generalizado. En relación con la imprenta, por ejemplo, no siempre bastó con comprar una y dominar su técnica para poder usarla (como hasta hoy sucede con la televisión). Así ocurrió en la Inglaterra de finales del siglo XVIII, cuando la “prensa [...] escrita para —y a menudo por— la nueva clase obrera urbana” fue dramáticamente inhibida con reformas legislativas que, en cambio, favorecieron los periódicos de las clases dirigentes (*Ídem*: 191). Un siglo más tarde, en la segunda mitad del XIX, “la propiedad y el control de la prensa pasó, en la mayor parte de casos, de pequeños negocios y a menudo familiares a un nivel corporativo más concentrado, en el que series de periódicos y revistas eran propiedad de unos pocos individuos o grupos poderosos” (*Ídem*:195).

La paradoja del fenómeno de la concentración de los medios de comunicación es que esta ocurra justo cuando la tecnología parece, en cambio, capaz de diseminar socialmente su uso. Este fue el caso de la imprenta, cuya historia revela hasta hoy la permanente “contradicción entre los potenciales democráticos de la tecnología y las condiciones económicas y sociales específicas que determinan su aplicación” (*Ídem*). Aun así, algunas tecno-

logías no dejaban de representar un desafío a la capacidad de la economía y la política de determinar el grado de monopolio de la comunicación: “En contraste con la prensa [...] y la radio, el teléfono fue una tecnología que no solo permitió sino que alentó las comunicaciones directas persona a persona. Casi lo mismo se puede decir de la fotografía” (*Ídem*:199). El teléfono surgió para fines comerciales mientras que la fotografía para fines científicos, sin embargo, aunque no sin retrasos, se extendió su uso a la vida privada de las familias o al menos de aquellas capaces de adquirir los aparatos que una industria cada vez más fortalecida de bienes de consumo ponía a su disposición (*Ídem*). Aunque el acceso a estas tecnologías siguió siendo estratificado supuso, no obstante, descentralizar la producción de comunicación. Ocurrió diferente con el cine, cuya producción se concentró con rapidez en pocas manos, generalmente las grandes empresas cinematográficas privadas o estatales (*Ídem*:202). Solo hasta 1932, treinta y siete años después del natalicio oficial del cine, apareció el primer formato de uso doméstico (8 mm), cuyo éxito comercial solo pareció consolidarse tres décadas después con la aparición en 1965 del Super 8, formato mejorado de menor costo. Como sucedía con la fotografía en sus inicios, solo las clases sociales privilegiadas lograban acceso al cine doméstico. Ya entrada la década de los años treinta del siglo xx la televisión irrumpió con la misma suerte que el cine en cuanto a la restricción de uso, debido no solo a los altos costos de producción, sino a la legislación que hasta hoy limita el acceso. El video corrió una suerte similar, siendo en un principio exclusivamente usado por la gran industria de imágenes en movimiento, en especial, los canales y productoras de televisión. Sin embargo, en comparación con los equipos cinematográficos, el paso de la producción de cámaras de video portátiles profesionales (1971) a domésticas (1984) fue mucho más rápido. Inicialmente, debido a su alto costo, la adquisición de estas cámaras, como también sucedió con las de cine y fotografía, no superó en Colombia el límite de las familias de

clase alta. Más adelante, sobre todo a partir de la década del noventa, su consumo se extiende a la clase media o por lo menos a una porción de esta. El siglo *xxi*, con relación al video, da continuidad al aumento progresivo de mayor acceso social a la producción de imágenes y sonidos, pero con una novedad crucial: su fusión con la telefonía móvil y los computadores, tecnologías, sobre todo la primera, cada vez más arraigadas en la vida cotidiana y familiar de las personas².

Es justo en este proceso de ampliación del acceso a ciertas tecnologías de comunicación que queremos situar aquello sobre lo cual habla este libro. La pregunta general que lo orienta es, así, ¿qué hacen hoy con este tipo de tecnologías, y en particular con las audiovisuales, las clases y grupos sociales que por último tuvieron acceso a estas? Esta interrogante, sin embargo, no implica abarcar todos los usos. Nos interesa, en particular, un conjunto de ellos situado más en la esfera de lo público que de lo privado, más en el ámbito de las actividades de la vida civil que de la familia o el individuo. De allí nuestro propósito de conocer experiencias en la apropiación de tecnologías audiovisuales que resultan de (o en) procesos de organización social. Un elemento común a la mayoría de estos procesos es su filiación a lo que se conoce como *sociedad civil organizada*, concepto decisivo dentro del paradigma político de la llamada *democracia participativa*.

Las expresiones que usan las organizaciones de comunicación que más adelante estudiaremos para denominar el audiovisual son variadas y, en muchos casos, complementarias: *comunitario, alternativo, popular, local, libre, soberano, incluyente, cultural, educativo*, etc. Es producido, según expresan quienes lo hacen, desde *la periferia* o

² En Colombia, según la encuesta Acceso a Tecnologías de la Información y Comunicación, realizada por el DANE, las tecnologías con mayor presencia en los hogares para el año 2009 eran el televisor (87,4%), telefonía móvil (83,5%), telefonía fija (40,3%), computador (22,6%) e Internet (15%). Estos valores se incrementan al tomar en cuenta solo las zonas urbanas: 93,6%, 87,9%, 50,9%, 28,3% y 19,1%, respectivamente. Véase: www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=105. Para efectos de nuestra investigación, desafortunadamente esta encuesta no indaga sobre tenencia de cámaras fotográficas y de video incorporadas o no en aparatos de telefonía celular o en computadores.

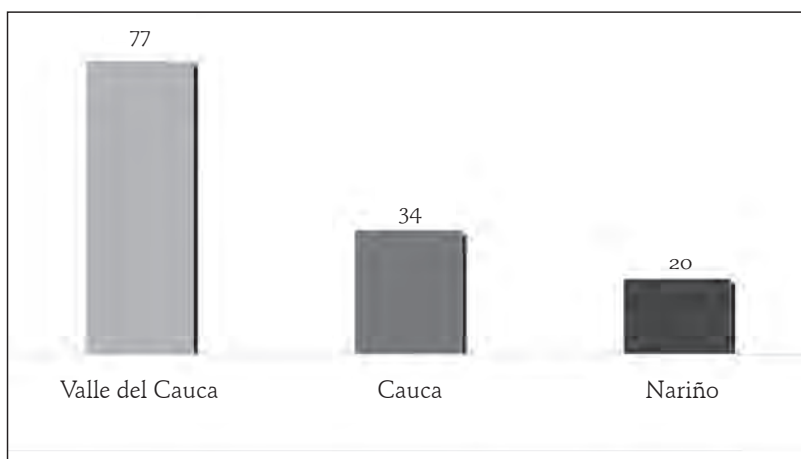
para ser más precisos, desde múltiples *periferias*: los sectores populares, las “minorías” étnicas, las mujeres, la juventud, etc. Se trata de un fenómeno nacional e incluso internacional; en este libro no nos ocuparemos de un contexto tan amplio sino de uno con objetivos y alcances limitados: los departamentos del Cauca, Nariño y Valle del Cauca. Esta delimitación, trazada de acuerdo con el mapa de regiones a partir del cual trabaja el Ministerio de Cultura, resulta tan caprichosa cuanto lo son las fronteras departamentales (¿acaso Buenaventura no tiene más cosas en común con Quibdó que con Cartago?). Por ello, reconocemos la pobreza de esta circunscripción, no sin advertir que, aunque sin preverlo, entraña una ventaja relacionada con su diversidad, no solo geográfica, sino cultural, étnica, socioeconómica, etc.: desde grandes ciudades hasta poblados remotos enclavados en la selva tropical del Pacífico y en las cumbres de los Andes nariñenses y caucanos; desde comunidades afrodescendientes costeras, andinas e interandinas, pasando por numerosos pueblos indígenas (después de La Guajira, el Cauca y Nariño son los departamentos de Colombia con mayor volumen de población indígena del país), hasta mestizos de origen local, pero también provenientes del Huila, el Tolima, el Eje Cafetero, Antioquia, etc.

Como veremos más adelante, los usos del audiovisual que estudiaremos no son un fenómeno reciente, sino que cuentan con importantes antecedentes en América Latina desde, por lo menos, la década de los años sesenta del siglo xx. Si bien la mayoría de organizaciones actuales no conoce esa historia, estas recogen de algún modo una tradición que ha experimentado transformaciones diversas, momentos de crisis y de relativo auge (véase capítulo 2). Este último parece ser la fase actual, sobre todo desde la segunda mitad de la década pasada, cuando ganó fuerza ese tipo específico de significar y usar la comunicación audiovisual³. En la región aquí estudiada, son numerosas las organizaciones sociales

³ Raymond Williams advertía ya desde finales de los años setenta la posibilidad, en Europa, de que nuevos actores sociales se apropiaran de las nacientes tecnologías de la imagen: se “ha [...] empezado a dar paso a un período en el que [...] los *propios medios de producción* (como el video) [...] se están haciendo accesibles a instituciones más diversas, autónomas, voluntarias y autogestivas” (*Ídem*:208).

vinculadas de diferentes maneras y grados a esos usos del audiovisual. En la investigación logramos identificar y ubicar 131 organizaciones de este tipo: 77 en el Valle del Cauca, 34 en el Cauca y 20 en Nariño. La mayor concentración de organizaciones se presenta en las capitales y ciudades intermedias: Cali (41), Popayán (17), Pasto (12), Buenaventura (8), Palmira (6), Cartago (4), Ipiales (3) y Tuluá (2). Aunque en menor número, llama la atención la cantidad de iniciativas que tiene lugar en ciudades pequeñas o en poblados rurales. Se trata, de acuerdo a nuestro inventario, de 27 localidades de este tipo: 4 en Nariño (Tumaco, Pupiales, Tangua y La Unión); 12 en el Cauca (Santander de Quilichao, Sucre, Almaguer, Lerma,

Número de organizaciones por departamento



Patía, Silvia, Piendamó, La Vega, Miranda, Timbio, Guapi y Tierradentro); y 11 en el Valle del Cauca (Yumbo, Jamundí, Buga, El Águila, Zarzal, La Unión, Caicedonia, Ansermanuevo, Sevilla, La Victoria y Restrepo).

La profusión de este tipo de organizaciones parece ser un fenómeno en ascenso si se comparan los resultados obtenidos en nuestro inventario regional con los resultados de un sondeo similar realizado en 1993, en el que se registró la existencia de 136 grupos audiovisuales en el ámbito nacional (Gómez:1993). La fuerza actual de este fenómeno se manifiesta en el número de organizaciones, pero también en la existencia de eventos que las aglutinan: el Festival Internacional de Cine y Video Alternativo y Comunitario *Ojo al Sancocho*, realizado en forma anual desde 2008 por

Sueños Films, organización de la localidad Ciudad Bolívar en Bogotá; y el Festival Nacional de Cine y Video Comunitario, realizado cada año desde 2008 por el Colectivo Mejoda, organización del Distrito de Aguablanca de Cali. Estos escenarios, entre otros⁴, han permitido el reconocimiento de las diversas organizaciones y el intercambio de experiencias, recursos, saberes y materiales audiovisuales.

Identidad-alteridad de la *imagen-política*

Proponemos llamar *usos políticos del audiovisual* al fenómeno que aquí presentamos, abstracción que, prevemos y esperamos, levantará sospechas. Parece vaga (y en parte lo es) pero confiamos en, y esperamos poder justificar, su mérito a lo largo de este libro. Para efectos de síntesis, llamaremos a estos usos *imagen-política*. Esta se distingue (y en gran medida se opone) a ciertos usos ya consagrados de la imagen en movimiento: la *imagen-imagen*, la *imagen-mercancía* y la *imagen-ideología*⁵. La primera

⁴ Aunque con una trayectoria más corta, también han sido escenarios de encuentro de estas organizaciones la Muestra Otras Ciudades, realizada cada año desde 2009 por la Asociación Centro Cultural La Red (ACCR), del barrio Siloé de Cali, y por la Fundación Nacederos-Cine Pa'l Barrio, del Distrito de Aguablanca de la misma ciudad; el Festival Audiovisual de Los Montes de María *Versiones de la Memoria*, realizado en 2010 por el Colectivo de Comunicación de Montes de María, organización del departamento de Bolívar; y la Muestra Audiovisual Comuna 13 *La Otra Historia*, organizada en 2010 por Full Producciones, de la Comuna 13 de Medellín.

⁵ Por supuesto, no creemos que ninguno de estos tipos de uso del audiovisual existan en estado puro. En Cali, por solo dar un ejemplo, se presenta con regularidad el caso de empresas que venden servicios y productos audiovisuales al tiempo que desarrollan proyectos que responden más a intereses creativos personales o grupales que a las demandas del mercado. De acuerdo con esto, queda claro que presentar estos usos como una suerte de islas incomunicadas (*imagen-imagen*, *imagen-mercancía*, etc.) es un procedimiento en cierta medida arbitraria que, sin embargo, resultó de utilidad pues permitió situar nuestro objeto de investigación, la *imagen-política*, en el conjunto general de usos del audiovisual en nuestro medio, buscando en cada uno sus rasgos específicos en detrimento de los comunes. Para completar esta tipología tal vez bastaría con incluir lo que podríamos llamar *imagen-fe*, cada vez más explotada, tanto en cantidad como en diversidad de formas y estrategias, inclusive, por religiones como las protestantes que se definen a sí mismas, en principio, como iconoclastas.

habla acudiendo a términos como *arte, expresión, estética, autor y experimentación*; la segunda, en cambio, acude a términos como *eficacia, ganancia y rating*; y la tercera, aunque usa términos muy próximos a los de *imagen-mercancía*, suele sumar otros propios del discurso populista: *don de gente, filantropía y servicio a la patria*.

Una de las máximas de la **imagen-imagen** es el *arte por el arte*, con la que rechaza de plano la idea del arte como *medio*: él sería su propio *fin*. Esta idea recoge la tradición que funda el arte moderno sobre librarse de cualquier cortapisa externa que lo moldee. Pierre Bourdieu hace en *Las reglas del arte* (1995) la genealogía de esta tradición, identificando en la fórmula de Gustave Flaubert, *el arte por el arte*, su síntesis. Bourdieu muestra cómo el escritor francés y sus contemporáneos, sobre todo en pintura y literatura, reclamaban un arte emancipado de la religión, de la política (bien sea por la vía de la institución del mecenazgo o del arte en función de la revolución) y de la economía en su forma de la naciente industria cultural del siglo XIX en Europa. El resultado de este empeño habría fundado lo que Bourdieu denomina *campo artístico*, cuyas características son, de un lado, su autonomía relativa respecto de campos plenamente estructurados para la época (el político, el económico y el religioso) y la existencia de un capital cuya distribución entre los agentes del campo es objeto de intensas disputas. Bourdieu lo *capital simbólico* o *prestigio* y las luchas desatadas por su acumulación y ostentación darían forma, en alto grado, a las dinámicas de funcionamiento del campo y a la acción de los agentes en este. Así, el *arte por el arte* o *el arte como fin en sí mismo* son postulados cuya validez exige ser matizada de no ignorar la existencia de un capital que, en gran medida, determina las acciones de los agentes y organizaciones involucradas. Como plantea Bourdieu, el lucro simbólico es susceptible de traducirse en lucro económico. Esta conversión puede ser morosa (abundan las historias de artistas cuya obra solo conquistó *prestigio* y derivó en lucro económico muchos años después de haber muerto), pero cabe la posibilidad de que ocurra. Al margen de la validez de esta teoría, cierto es que *el artista* tiende a definir su oficio en oposición a la dimensión económica del mismo; el realizador de la *imagen-imagen* también: “Para mí [Mobilityfest] es un proyecto de ex-

ploración desde las artes visuales; no un proyecto económico. No disfruto siendo vendedora; disfruto inventando cosas”⁶. Basado en esto, se entiende que algunos de quienes hacen imagen en movimiento desde este paradigma designen su oficio como *video-arte* o *video experimental*.

La *imagen-mercancía*, en cambio, no se ofusca con esos asuntos; sabe que es un medio y de saber serlo depende su sobrevivencia. Esta opera o aspira a hacerlo según las lógicas de producción *fordista* y de la oferta y la demanda; no habla de *obras*, sino de *productos* fabricados en cadena y de forma masiva, en los que debe primar la *factura*, término intensamente usado por sus productores para referirse a cierto estándar de *calidad*. Esta imagen persigue réditos económicos y, cuando le son amenazados, suele ser la que más invoca los llamados *derechos patrimoniales* y la *propiedad privada*; la relación con quienes la *consumen* suele definirse como *rating* o *taquilla*. De esto se entiende que un director colombiano contemporáneo afirme que “mi película no dice nada; no tiene mensaje; no sirve para nada; no es socialmente importante; simplemente su función es que la gente salga feliz. Es entretenimiento puro y duro”⁷. Los términos en que habla la *imagen-mercancía* son precisos; no admiten ambigüedades ni pudores. Se trata, en suma, de una *imagen en venta*, bien sea directa o por medio de la publicidad como en el caso de la televisión. Como la *imagen-imagen*, la *imagen-mercancía* también tiene una tradición, cuya genealogía omitiremos aquí. Bastará con decir, para efectos del ejercicio que proponemos, que

⁶ Testimonio de Sofía Suárez, gestora de Mobilityfest: Festival Colombiano de Contenidos para Celular, celebrado en la ciudad de Cali en 2006, 2007 y 2008 que convocaba a creadores de videos (“micro-movies”) hechos con las cámaras que vienen incorporadas en los teléfonos móviles. Además de docente universitaria en el área de artes visuales, es asistente de la dirección artística del Festival Internacional de Cine de Cali. Véase: www.dinero.com/edicion-impresia/caratula/nueva-vida-para-septimo-arte_45660.aspx.

⁷ Testimonio del director colombiano Felipe Martínez (en: “Conversación con Felipe Martínez – ‘¡Yo soy un mercenario, yo he hecho comerciales, a mí me vale verga!’”. *Revista Kinetoscopio*, Medellín, 2007, No. 79, Vol. 17, p. 104), a propósito de su película *Bluff*, estrenada en Colombia en 2007. “Su trayectoria incluye dirección y edición de varios comerciales para televisión, libretos del *reality show* Expedición Robinson-Ecuador, así como del programa colombiano de concursos Pasapalabra”. Véase: www.guadalajacinemafesto8.com/cat/?p=651.

su formación y desarrollo están estrechamente ligados al capitalismo, siendo tal vez Hollywood y las industrias televisivas privadas del mundo industrializado sus principales paradigmas y el *starsystem* y los llamados *géneros cinematográficos* algunos de sus principales productos.

Como la *imagen-mercancía*, la ***imagen-ideología*** no niega su condición de *medio*, bien sea en función del estado o de partidos políticos, bien sea que promueva políticas gubernamentales o candidatos a ocupar el estado. Como las anteriores, la *imagen-ideología* responde a una tradición en la que tampoco nos detendremos. Bastará con recordar usos paradigmáticos como los implementados, especialmente en Europa durante la primera mitad del siglo xx, por sistemas políticos tan diversos como el nazismo, el comunismo y las democracias liberales, configurando lo que se llamó *cine de propaganda*.

Por definición, la ***imagen-política*** rechaza de la *imagen-imagen* y de la *imagen-mercancía* que el trabajo audiovisual se desarrolle en función exclusiva de la creación de una *obra* o *producto*. Algunas de las organizaciones que indagamos llaman a esto *ideología del broadcasting*, que impugnan con vigor, pero algunas admitiendo que, aun rechazándola, puede influir en su trabajo audiovisual: “Sin saberlo, a veces acabamos colonizadas”, dice una de las organizaciones incluidas en este estudio. Quienes hacen *imagen-política* consideran que su trabajo debe abrirse paso en oposición a una tradición dominante que entroniza las obras y a sus realizadores, dejando de lado dimensiones de la creación audiovisual que les resultan cruciales. En su perspectiva, la que fue posible recoger en su discurso, en el audiovisual importa menos el *prestigio* (valor que el sistema de asignación de premios, reconocimientos y becas contribuiría a consolidar) que el beneficio social que traería a las gentes que lo usan.

Como la *imagen-mercancía* y la *imagen-ideología*, la *imagen-política* también se concibe a sí misma como medio, pero para fines distintos⁸. Toma distancia de todas las anteriores, entre otras cosas, pues

⁸ La distinción entre *ideología* y *política* es aquí crucial. No nos detenernos en la larga y problemática historia que envuelve a ambos conceptos, pero, para efectos de la tipología aquí propuesta, sí diremos que el primero alude a aquello que contribuye con la conservación (*reproducción* en términos marxistas)

no es hecha por publicistas ni burócratas (entendidos en su acepción técnica y no peyorativa) sino por *ciudadanos de a pie*, muchos de ellos asociados alrededor de lo que llaman *organizaciones sociales* o *comunitarias*; no en vano muchos de ellos definen su actividad, en niveles de explicitación y elaboración diferenciados, como *video comunitario*. ¿Qué características resulta posible atribuirle?⁹. Una es que las organizaciones que lo agencian suelen dirigir su acción, principal pero no exclusivamente, a los territorios de los que hacen parte (una ciudad, un barrio, una región) y que suelen corresponder a sectores populares de la población. Esto tal vez explique la concepción de comunicación como *proceso*. Esta está presente en todas las organizaciones indagadas, algunas presentando un alto nivel de elaboración. La idea clave en esta concepción es que la comunicación en general y el audiovisual en particular son, como lo expresa el Colectivo Mejoda, “procesos sociales que acompañan las piezas audiovisuales”, esto es, “la construcción colectiva de las mismas, el empoderamiento de las comunidades de estas habilidades comunicativas, la utilización de las piezas audiovisuales en la dinamización de procesos sociales, la incidencia de estas en las comunidades”. Una estrategia de trabajo que parece aterrizar esta visión de la comunicación como parte de un proceso social más amplio es lo que algunas organizaciones llaman *video-foros*, que vinculan las actividades de proyección de materiales audiovisuales con la discusión extensa en torno a los temas y problemáticas mostrados en estos. En suma, se trata de una visión de *la comunicación que trasciendería la comunicación* o, dicho de otro modo, que buscaría integrar a sí misma otras dimensiones de la vida que incluyen el trabajo de las organizaciones. De allí que varios colectivos

del *estado de cosas*, mientras el segundo con su transformación. Una guía para reconocer esta distinción tal vez sea la diferencia que Hannah Arendt establece entre *juicio* y *prejuicio*. Para ella, el primero, político por definición (“el pensamiento político se basa esencialmente en la capacidad de juzgar”), abre la posibilidad a la transformación, mientras que, al contrario, “la función del prejuicio es preservar” (Arendt:3).

⁹ Aquí mencionaremos solo algunas atribuciones de carácter general que serán ampliadas y ejemplificadas a lo largo de este libro, especialmente en los capítulos 3 y 4.

consultados definan la suya como una comunicación de “orientación social y política”, “para el cambio social” o “para la verdad y la vida”, esto es, una comunicación en función de la experiencia vital inmediata (lo propio y lo cotidiano, pero también lo agobiante y lo inadmisible). Esto explica por qué algunas organizaciones llaman “comunicación hegemónica” a aquella que daría la espalda a problemáticas frente a las cuales estas no admiten disipaciones.

Además del tipo de comunicación y de audiovisual que defienden, ¿cuáles otros rasgos parecen distinguir a estos grupos de aquellos de carácter artístico, comercial o estatal? Uno preponderante es que conciben su acción como parte de una lucha y como forma de enfrentar a los que entienden, en algunas circunstancias, son sus adversarios: “los actores institucionales” (Mejoda), “el estado”, “la fuerza pública” y “el proyecto agresor” (Tejido de Comunicación), las “lógicas desarrollistas” (Yubarta Televisión), etc. Las organizaciones identifican una fuerza que les sería contraria y cuya capacidad de dominio reconocen y buscan contrarrestar; se le concibe como usurpadora de posibilidades y espacios, y son estos los que las organizaciones intentan ocupar o, tal vez más precisamente, fundar. Del mismo modo que asumen su actividad audiovisual como parte de una lucha, estos grupos parecen distinguirse de otros en tanto buscan establecer cierto tipo de relaciones entre sus miembros. De allí que algunos hablen de “organización horizontal” (MAVI), de “consenso” (Corpoimagen), de la ausencia de “estructura jerárquica” (Tejido de Comunicación), de “ejercicio colectivo” (Mejoda), etc. La amistad como mediadora en la relación de los miembros de las organizaciones se destaca con intensidad. Se defiende una concepción particular de la división del trabajo y se rechazan modelos de asociación como el empresarial o el burocrático, por lo que se entiende que una de las experiencias estudiadas se reconozca a sí misma como una “organización de trabajo y de vida”. Los recursos disponibles para las actividades audiovisuales desarrolladas por estos colectivos suelen ser escasos, por lo que acuden en gran medida al trabajo solidario para la realización de sus emprendimientos.

Como podrá constatarse con mayor detalle en los capítulos 3 y 4, los fines atribuidos al audiovisual son definidos por estas organizaciones con términos como *comunidad, cultura, memoria, movilización, resistencia, derechos, reconocimiento, inclusión*, etc. Estos fines conservan una relación inmediata con las problemáticas variadas que a diario enfrentan sus comunidades: negación o distorsión de la imagen de sí, carencia de imágenes *de sí* hechas *por sí*, desconocimiento del pasado de las comunidades, ausencia de proyectos colectivos, contaminación ambiental, poco acceso a la educación escolar, a oportunidades laborales y de recreación, pobreza, violencia, conflicto armado, desplazamiento forzado, falta de espacios de participación política, etc. Por todo esto, proponemos pensar el tipo de imagen que aquí estudiamos como *política*, en tanto, creemos, es resultado del reconocimiento por parte de ciertas comunidades de *la posición* que ocupan en las *relaciones* que se establecen en nuestra sociedad (socioeconómicas, políticas, culturales, comunicativas, ambientales, etc.) y del propósito de transformarlas. Se trata de una suerte de *inserción crítica*, por recordar a Paulo Freire, en “la realidad objetiva y desafiadora sobre la cual debe incidir su acción transformadora” (Freire:34). Un ejemplo sobre el reconocimiento que algunas comunidades organizadas hacen del lugar que ocupan en las *relaciones de comunicación* es que impugnen con vehemencia las representaciones de las que son objeto por parte del periodismo o del estado. En este caso, creemos, la comunicación aparece como un campo de luchas y no solo como instrumento de la lucha misma. Creemos, de acuerdo con esto, que el audiovisual y todos los medios con los cuales producimos símbolos y con ellos *significaciones del mundo*, son objeto de “luchas políticas por su apropiación” (Zarowsky:86); luchas en las que se define quién logra superar (o, al contrario, sucumbir ante) las regulaciones impuestas por *la economía, el saber* e inclusive *el estado* (en el caso de la televisión y la radio). De esta manera, se entiende que una de las organizaciones indagadas hable de la necesidad de “liberar la palabra para derrumbar las barreras que imponen a la comunicación”. Liberar la palabra es, para esta y otras, liberar la comunicación, socavar el poder de

quienes la han monopolizado. En medio, y como resultado de estas disputas, toma forma un *nosotros* que reclama una suerte de *derecho a la autorrepresentación* y al hacerlo echa mano, entre otros medios de producción simbólica, de tecnologías audiovisuales. Estos grupos participan directamente en las luchas de representación que tienen lugar en nuestra sociedad, en las que se confrontan, imponen o negocian significados contrarios de la realidad social.

En las organizaciones indagadas, lo audiovisual no se reduce a la creación (como igualmente sucede con la *imagen-imagen*, la *imagen-mercancía* y la *imagen-ideología*). También se exhibe, distribuye, enseña, archiva, recicla, comenta, analiza, discute, etc. Esta concepción de lo *audiovisual como actividad* es importante, pues nos permite tomar distancia de la tradición que indaga lo audiovisual solo en sus productos, llamados (según quien los cree) *obras*, *películas*, *programas*, *videos*, etc. Nos interesan los productos que resultan de la actividad audiovisual, pero no al punto de separarlos de la descripción de los procesos que le dan vida y de los procesos que estos suscitan, alientan o refuerzan. Dicho de otro modo: nos interesan las imágenes y sonidos tanto como dónde, cuándo y, sobre todo, quién, cómo y para qué fueron creados. Esto implica intentar comprender los modos de apropiación de tecnologías audiovisuales en el contexto de las culturas que las apropian, es decir, un empeño por asir la comunicación desde la gente que *la hace carne*. Tomamos prestada esta perspectiva de aquella tradición intelectual latinoamericana centrada en develar las *mediaciones históricas y culturales* de los procesos de comunicación (Martín-Barbero, García-Canclini, etc.). *Cultura e historia* constituirían la densidad irreductible del usuario, agente o grupo social histórica y culturalmente constituido cuya espesura haría inevitable la diversidad de formas de apropiación de las tecnologías de comunicación. Compartimos pues la idea de que ni el análisis de la tecnología ni el de la comunicación pueden hacerse al margen del análisis de la cultura y la historia. Hacerlo sería incurrir, inevitablemente, en anacronías o asimetrías entre las tecnologías de una sociedad y los procesos históricos, cul-

turales y sociales que hicieron posible su surgimiento (vía invención o apropiación), su desarrollo y sus propias formas de uso.

Por lo anterior, nuestro ejercicio será describir estas formas intentando en lo posible no desligarlas de las propias organizaciones y de la *identidad* que estas buscan construir y proyectar. Esto explica el interés permanente (sobre todo en el capítulo 3) de advertir la relación que las organizaciones establecen con sus comunidades (contextos inmediatos donde actúan). Por ello nos interesó reconocer en las actividades audiovisuales hasta qué punto las organizaciones recogen los conflictos de su contexto y, por otro lado, hasta dónde estos son conectados con contextos más amplios: regionales, nacionales o globales.

Como advertimos, comprender la comunicación implica también preguntarse por la historia. De allí que quisimos conocer los procesos que originaron la formación y el desarrollo de estas iniciativas. Así como reconocemos una dimensión histórica en el surgimiento de las organizaciones, también lo hacemos en la apropiación de tecnologías de comunicación y, en especial, de las audiovisuales. El énfasis dado en esta decisión metodológica es entender la apropiación como una trayectoria de acción colectiva, como un proceso histórico que media en gran parte el tipo de procesos, prácticas y sentidos audiovisuales de los grupos. Además de las colectivas, importará en algunos casos dar cuenta de las trayectorias individuales de algunos miembros y se prestará especial atención cuando ciertas biografías parecieron haber incidido con vigor en el tipo de trabajo audiovisual desarrollado por las organizaciones.

Aunque acogemos la tradición teórica de analizar la comunicación desde sus vínculos particulares con la cultura y la historia, tomamos distancia de ella cuando, interesada en estudiar la relación entre comunicación y clases populares, concibe a estas exclusivamente en su papel de consumidoras (bien sea de radio, de televisión, de cine o de internet). Pese a que las investigaciones de este tipo suelen otorgar al consumo una dimensión productiva (de allí el uso de términos como *televidente activo*, *receptor denso*, *usuarios*, *resignificación*, etc.), no

por ello dejan de eludir los casos en que, más que consumir, se produce comunicación. Aquí buscaremos, por tanto, centrar nuestra mirada más en la producción que en el consumo de bienes simbólicos; cuando ocurra lo contrario, no por ello dejaremos de destacar en el consumo su dimensión política y colectiva (lo que desvirtúa, o por lo menos matiza, la concepción del consumo como una actividad cada vez más *individualizada*: el paso de la televisión localizada en la sala de los hogares para consumo de toda la familia a varios televisores o computadores situados en cada una de las habitaciones sería un ejemplo paradigmático).

¿Movimientos de comunicación?

Llegado este punto, proponemos pensar las organizaciones de comunicación cuyo trabajo audiovisual describiremos desde una perspectiva próxima a lo que algunas teorías definen como *movimiento social*: “Acción colectiva que pone en cuestión un modo de dominación social” (Touraine:2)¹⁰. Esta condición de franca oposición sería la que distingue los movimientos sociales de otras formas de acción colectiva como una empresa, una entidad estatal o una organización de la sociedad civil que, por ejemplo, fomente exclusivamente el turismo de una localidad. Por ello, los movimientos suelen ser asociados por algunos estudiosos del tema con los conflictos sociales (Touraine; Laclau), siendo aquellos expresión de estos. Pero ¿en torno a qué tipo de conflictos actuarían los movimientos sociales? Esta pregunta implica primero, para algunos investigadores, distinguir los “viejos” de los “nuevos” movimientos sociales (Touraine; Laclau). Unos y otros corresponderían a estadios históricos determinados y a los tipos de conflictos propios de cada estadio. Estos investigadores asocian el movimiento proletario, especialmente de la última mitad del siglo XIX y la primera del XX con el tipo de sociedad industrial y los conflictos de clase que la caracterizarían: “Habla-

¹⁰ O como les llama George Yúdice, “formas de acción colectiva” dirigidas a cuestionar y transformar las relaciones de dominación propias de una sociedad (2000:94).

mos del movimiento operario como un movimiento social central de la sociedad industrial” (Touraine:3). En la misma línea, otros investigadores consideran que los viejos movimientos sociales se basaban en la lucha entre el proletariado y la clase capitalista, y que el concepto de clase sería insuficiente para entender los conflictos en torno a los cuales actuarían los movimientos contemporáneos (Guerrero:18-25); estos identificarían formas de opresión que trascenderían las relaciones de clase (la guerra, el machismo, el racismo, etc.) y su acción estaría orientada a afirmar identidades que han sido negadas o estigmatizadas (Santos:178). Desde esta perspectiva, las fuerzas de oposición son hoy un conjunto de minorías que se identifican menos con su pertenencia a una clase social y más con su pertenencia a una etnia, un género o una causa concreta (Guerrero:18-25). La identidad entonces se desplegaría como una dimensión estratégica de los nuevos movimientos sociales. Otra de las distinciones señaladas en la literatura especializada entre viejos y nuevos movimientos se refiere al tipo de luchas y reivindicaciones impulsadas por estos. Según esta, mientras los viejos movimientos se guiaban por principios universales de emancipación (libertad, progreso, revolución, etc.), los nuevos tendrían objetivos limitados y localizados debido a que los miembros estarían unidos por una experiencia muy concreta de dominación (*Ídem*:23).

Aun aceptando la preeminencia que los conflictos de clase tuvieron en el surgimiento de movimientos como el proletario y el campesino, algunos investigadores latinoamericanos cuestionan la distinción entre viejos y nuevos movimientos:

En los años 80 [...] resultó [...] una división entre movimientos sociales ‘nuevos’ y ‘viejos’. Los nuevos [...] eran aquellos para los cuales la identidad era importante, aquellos involucrados con “nuevas formas de hacer política” [...]. Las opciones eran movimientos indígenas, étnicos, ecológicos, de gays, de mujeres y de derechos humanos. Por el contrario, los movimientos urbanos, campesinos, obreros y vecinales, entre otros, eran vistos como luchas más convencionales en torno a necesidades y recursos

concretos. Sin embargo, como ha sido evidenciado [...], los movimientos urbanos populares, [...] de personas marginales y otros, también despliegan fuerzas culturales [...]. De esta manera, las identidades y estrategias colectivas de todos los movimientos sociales están inevitablemente ligadas al ámbito de la cultura (Álvarez, Escobar y Dagnino:23-24)¹¹.

Buscando superar la distinción entre viejos y nuevos movimientos, estos investigadores proponen un análisis integral de este fenómeno por medio del concepto de *política cultural*:

Interpretamos la política cultural como el proceso generado cuando diferentes conjuntos de actores políticos, marcados por y encarnando prácticas y significados culturales diferentes, entran en conflicto [...]. Múltiples son las formas en que la política cultural entra en escena con la movilización de los actores colectivos. Quizás, la política cultural es más evidente cuando los movimientos hacen reclamos basados en aspectos culturales — como, por ejemplo, en el caso del movimiento social negro en Colombia [...]— o en aquellos que utilizan la cultura como un medio para captar o movilizar activistas, como se ilustra en el caso del mo-

¹¹ El rechazo a distinguir los *nuevos* y los *viejos* movimientos sociales no implica que estos investigadores desconozcan las transformaciones experimentadas en estos a lo largo de la historia. Por un lado, destacan el hecho de que los movimientos contemporáneos “cuestionan radicalmente el modo en que debe ser ejercido el poder, en vez de [...] tratar de ‘conquistarlo’” (Álvarez, Escobar y Dagnino:28), como sí sería el caso de movimientos propios de décadas pasadas como el proletario. De otro lado, critican “la noción prevaleciente que plantea que [...] la medida del éxito de un movimiento social es su habilidad para lograr movilizaciones masivas y protestas públicas [...], [pues] cuando se estima el impacto de un movimiento social [...] basado en la educación, el idioma, la reafirmación cultural y los derechos colectivos, debemos considerar que puede no haber [...] manifestaciones para medir puesto que este no es un movimiento masivo que genere protesta. No obstante, habrá nuevas generaciones de estudiantes, líderes, profesores, agentes de desarrollo y ancianos de la comunidad que de alguna manera han sido tocados por el movimiento” (*Ídem*:42).

vimiento afrobrasileño [...]. No obstante, queremos subrayar que la política cultural también es ejecutada cuando los movimientos intervienen en debates alrededor de políticas, intentan resignificar las interpretaciones dominantes de lo político o desafían prácticas políticas establecidas. Por ejemplo: [...] la “hábil guerra de medios” lanzada por los zapatistas en el combate contra el neoliberalismo [...]. Las batallas sobre políticas sostenidas por aquellas feministas latinoamericanas que [...] han penetrado las esferas del Estado o el aparato del desarrollo internacional también deben ser entendidas como luchas por resignificar las nociones prevalecientes de ciudadanía, desarrollo y democracia [...]. La confrontación feminista con tales estructuras [...] involucra [...] la lucha por el poder interpretativo [...]. Los movimientos populares urbanos en Porto Alegre, Brasil, [son] espacios estratégicos donde se debaten diferentes concepciones de ciudadanía y democracia (*Ídem*:24-26).

De acuerdo con esto, la *política cultural* designa un espacio de luchas entre actores sociales por imponer *el* significado de los símbolos. De allí la importancia en la propuesta de estos investigadores de ideas como “resignificar las interpretaciones dominantes de lo político” y “lucha por el poder interpretativo”. Por otra parte, según estos investigadores, la noción de *política cultural* es útil, pues permitiría superar la concepción que entiende las luchas de tipo cultural de los movimientos sociales como *subproductos de la lucha política*, esto es, como disputas apenas derivadas, carentes de peso específico. El yerro de esta concepción sería que, ante el análisis de los movimientos sociales, no convendría aislar *la política* de *la cultura* (ni viceversa):

Las disputas culturales no son [...] “subproductos” de la lucha política, sino por el contrario, son constitutivas de los esfuerzos de los movimientos sociales por redefinir el significado y los límites del sistema político [...]. La cultura es política puesto que los significados son constitutivos de procesos que, implícita o explícitamente, buscan redefinir el poder social. Esto es, cuando los movimientos establecen concepciones alternativas de la mujer, la naturaleza, la raza, la economía, la democracia o la ciudadanía, remueven los significados de la cultura dominante y [...] efectúan una política cultural (*Ídem*:25-26).

De un modo similar lo entiende Mariano Zarowsky, pero desde la relación entre política y comunicación: “La política no sería una dimensión externa a los discursos y las prácticas comunicacionales —si así fuera lo político sería lo que subyace o se lee entre líneas en el discurso—; sino su apuesta en acto, la política como tal” (Zarowsky:84). Otros investigadores también coinciden con la importancia que la dimensión simbólica tendría para los movimientos sociales y su vinculación al campo de la política: “La discusión alrededor del uso de las palabras a menudo parece una trivialidad; el lenguaje parece ser irrelevante para estas luchas ‘reales’. Sin embargo, el poder de interpretar, y la apropiación e invención activa del lenguaje, son herramientas cruciales para los movimientos” (Franco:278). En la misma línea, David Slater describe este fenómeno como “guerras de interpretación” en las que está en juego el poder de significación y resignificación de los diversos grupos y clases que componen una sociedad (Slater:380). Álvarez, Escobar y Dagnino, de su lado, entienden estas luchas en la relación entre *política cultural* y *cultura política*: “En tanto la política cultural de los movimientos sociales establece confrontaciones culturales [...] debemos aceptar, entonces, que lo que está en juego para los movimientos sociales es la transformación profunda de la cultura política dominante en la cual se mueven” (Álvarez, Escobar y Dagnino:27-28); esto implica “transformar los discursos dominantes” (*Ídem*:33) con la creación y circulación de “contradiscursos” (Fraser:14).

Las articulaciones entre cultura y política tal vez permitan pensar de modo más integral la profusión de movimientos sociales que vinculan sus actividades con el uso de tecnologías de comunicación como internet, televisión, video, radio, publicaciones impresas, etc. Así como los movimientos pretenderían ser una alternativa a las relaciones de poder establecidas, su “producción cultural” (Yúdice:95; Castells, 2002a:1) puede ser entendida como la búsqueda por constituirse en una opción a las relaciones de comunicación de una sociedad. *Alternativo* ha sido un concepto históricamente apropiado y desarrollado por muchos de los movimientos sociales que en América Latina han tenido expresión en el terreno de la comunicación masiva. En 1992, por ejemplo, Alain Ambrosi sostenía que “las actividades de comunicación alternativa tienen lu-

gar en reacción al orden dominante” (1992:XXVIII). En la misma época, en 1989, una experiencia de video en Chile como Teleanálisis se reconocía a sí misma como “video alternativo” que trabajaba desde una “perspectiva de confrontación a los modelos políticos, económicos y culturales impuestos por el capitalismo transnacional” (Santoro:23). En palabras de Luiz Santoro, militante e investigador brasileño de las articulaciones entre video y movimientos sociales en América Latina, Teleanálisis concebía el video como un “medio de agitación cultural electrónica, [...] de guerrilla cultural electrónica” (*Ídem*:78). Quince años después, en 2004, se constata en algunos movimientos sociales la pervivencia del vínculo entre cultura y política mediante el concepto de *alternatividad*: la “comunicación alternativa” implica la búsqueda de “nuevas relaciones de poder” (Zarowsky:87). En la misma dirección personas ligadas a la emisora radial La Tribu¹², defienden la idea de que “la comunicación alternativa es la que se dirige contra el poder comunicacional” (Lamas y Tordini:273). Desde este punto de vista, los movimientos sociales no solo proponen nuevas formas de concebir la política, sino que al vincular su acción con las tecnologías de comunicación forman parte de la “disputa por el sentido de la comunicación en la sociedad [...] y la disputa por los sentidos y las prácticas comunicacionales” (*Ídem*:270).

Ahora bien, ¿cómo y desde dónde comprender esta apropiación? Algunos investigadores proponen que este tipo de fenómenos son el resultado de “procesos globalizados de [...] hibridación intercultural” (García-Canclini:4). En tales procesos el uso de tecnologías modernas de comunicación no supone la renuncia a *la tradición*, lo que significa decir que estos procesos deberían ser entendidos más en clave de *hibridación cultural* que de *modernización* o, de obstinarnos en esta segunda posibilidad, deberíamos convenir en que se trata de la posibilidad de *otras modernidades* (como lo han planteado García-Canclini y Martín-Barbero) o de *modernidades alternativas* (como proponen Álvarez, Escobar y Dagnino:28). Los usos locales de las tecnologías de comunicación

¹² La Tribu es un colectivo de comunicación de la ciudad de Buenos Aires, Argentina. Nació en 1989 y hoy cuenta con una emisora de radio, producción audiovisual, un centro de capacitación en comunicación y numerosas publicaciones sobre lo que este colectivo llama *comunicación alternativa*.

son también usos locales de la modernidad, versiones híbridas de esta que vinculan los adelantos tecnológicos con valores culturales y luchas políticas de larga duración. Algunos investigadores sostienen que por medio de la apropiación tecnológica los movimientos sociales plantean la pregunta de cómo ser modernos y a la vez diferentes, esto es, para el caso de los movimientos indígenas, “cómo entrar en la modernidad sin dejar de ser indios” (Calderon:225). Podríamos pensar, así, que en este proceso de apropiación se moderniza lo indígena tanto cuanto se *indigeniza* la tecnología. En este sentido, el caso del uso de internet entre muchas organizaciones de este tipo resultaría paradigmático. Con esta tecnología los indígenas multiplican su capacidad de “participar en el intercambio global de información” (Peppino:9); información de orden global, pero también local. De allí que se hable de esta tecnología como “la conexión global-local” que posibilita una “nueva forma [...] de movilización social” (Castell, 2000b:8). Así como lo moderno no en todos los casos negaría la tradición, en la apropiación de tecnologías por parte de grupos sociales como los indígenas, lo global no necesariamente negaría lo local:

Desde finales del siglo xx conviven tendencias que representan dos modos de enfrentar las problemáticas cotidianas: una, hacia la globalización y la transnacionalización, hacia los fenómenos de escala planetaria en las comunicaciones, en los intereses económicos, en los peligros ambientales, en el armamentismo, en los acuerdos e instituciones internacionales. La otra, la revitalización de la localidad, de las raíces ancestrales, se manifiesta [...] en la autorreferencia cultural y simbólica (Peppino:9)¹³.

¹³ Además de la globalización, otro fenómeno, también de implicaciones políticas, económicas y culturales profundas, sería clave para entender el surgimiento y el tipo de acción promovida por muchos movimientos sociales contemporáneos. Se trata del proceso impulsado por el llamado neoliberalismo, en el que el estado delega al mercado funciones otrora bajo su monopolio. George Yúdice argumenta que debido a la tendencia del estado neoliberal a encogerse, la sociedad civil ha florecido: “El vuelco hacia la sociedad civil en el contexto de las políticas neoliberales y los usos de las nuevas tecnologías en las cuales se fundamenta la globalización, han abierto nuevas formas de lucha progresista en donde lo cultural es un ámbito crucial de la lucha” (Yúdice:355).

Se trata, pues, de un fenómeno de doble faz:

La revolución tecnológica de las comunicaciones agrava la brecha de las desigualdades entre sectores sociales, entre culturas y países, [pero] ella moviliza también la imaginación social de las colectividades, potenciando sus capacidades de supervivencia y de asociación, de protesta y de participación democrática, de defensa de sus derechos sociopolíticos y culturales, y de activación de su creatividad expresiva (Martín-Barbero, 2009:215).

¿Qué interpretación dar al surgimiento y la existencia de las organizaciones que aquí estudiamos, a su modelo de asociación y a su trabajo en comunicación? ¿Acaso expresarían la resistencia a “la ruptura o desorganización de las formas tradicionales de asociación” que precipita la modernidad? (Nisbet:135). Tal vez sí, pero no soslayando que la modernidad y la globalización, al tiempo que destruyen vínculos y exacerban el individualismo, ofrecen nuevas herramientas que pueden contribuir a la asociación y a la acción colectiva.

**PÁGINA EN BLANCO
EN LA EDICIÓN IMPRESA**

2. Antecedentes de la Imagen-política: síntesis histórica de algunos usos del cine, el video y la televisión en América Latina (1960-2010)

[El video] puede ser un componente privilegiado de las luchas populares en todo el continente, contribuyendo a que las clases populares puedan expresar su propia visión del mundo, informarse, registrar su historia, o, mejor, puedan con una cámara tomar su propia imagen en las manos.

Luiz Fernando Santoro (1989)

América Latina ha sido receptora de tecnologías de la comunicación a lo largo de la historia, tanto en hardware como software, una condición que, sin embargo, no ha hecho pasivos a nuestros países con respecto a los usos de aparatos y programas informáticos. Prueba de esto es lo sucedido con la tecnología del video que “nacido [aparte de su uso profesional] como propuesta de entretenimiento doméstico para sectores privilegiados, va cumpliendo crecientemente otro papel que más bien busca revertir la lógica no solo de su uso sino del sistema mismo del cual nació” (Valdeavellano:106). El video recogió la tradición burguesa de registrar las celebraciones de la vida familiar en el formato de cine 8 mm¹. Pero este uso comenzó a ampliarse cuando el video, por su bajo costo y fácil operación, se popularizó en los ámbitos de la sociedad civil organizada. De esa manera empezaron a registrarse las actividades de los barrios, de movilizaciones, pro-

¹ Este soporte cinematográfico fue creado en 1932; salió al mercado con bajos costos y destinado a cineastas aficionados (*amateurs*) y a la creación de películas familiares (*home movies*). En 1965, el formato 8 mm evolucionó al Super 8 que tenía un fotograma más grande y sonido óptico incluido.

testas, tradiciones culturales, etc., así como también se distribuyeron y exhibieron estas imágenes en espacios públicos. Además de hacer imágenes de lo propio, de la familia —como otrora sucedió con la fotografía y el cine, este en un grado más elitista—, el video se convirtió en una posibilidad para algunas capas sociales motivadas a registrar imágenes propias de *lo colectivo*. De alguna manera, con la tecnología del video se empezó a descentralizar la producción de imágenes audiovisuales que solía estar concentrada y monopolizada por el estado y/o las empresas privadas informativas o del entretenimiento. Es posible decir que la lógica revertida fue la de la concentración en pocas manos de la producción de mensajes e imágenes y así, con el video, empiezan a generarse imágenes *por fuera* de los estudios cinematográficos y de las estaciones de televisión estatales y privadas.

Hasta el surgimiento de esta tecnología tal como la conocemos hoy, la fijación de imágenes y sonidos solo ocurría de manera mecánico-química: el audio por una parte (en magnetófonos) y la imagen por otra (en celuloide). Con la televisión se había logrado crear-captar imagen y sonido de manera electrónica pero no archivar; los primeros sistemas de televisión solo emitían en vivo y desde estudios (década del treinta). Una vez que se logró el registro, esto es, la conservación y la reproducción de la señal electrónica audio-visual en un solo soporte, surgió el video como sistema de comunicación autónomo de la televisión aunque estrechamente ligado a esta. Los canales de televisión en los años setenta ya venían manifestando la necesidad de archivar las emisiones y de grabar también en exteriores. Entonces, aparecieron las video-caseteras (aparatos para la grabación y reproducción audiovisual de las imágenes almacenadas en casetes), y posteriormente las video-cámaras. Ambos equipos se caracterizaron por ser portátiles, livianos y de menor tamaño en comparación con los de cine y de televisión de aquella época; inicialmente fueron equipos de *uso profesional* para las estaciones de televisión, pero de manera gradual se fueron comercializando para incentivar el consumo de electrodomésticos hasta que dichos equipos salieron al mercado en sus versiones *domésticas*. Fue así como en 1975 se lanzó el *video-tape-recorder* llamado Betamax, un formato de video doméstico para grabar y reproducir imágenes

(de la televisión)². Al año siguiente surgió el *Video Home System*, más conocido como VHS, formato doméstico que entró a competir con el Betamax³. Casi una década después, en 1984, se lanzó la primera video-cámara en formato VHS y luego, un año después, en formato Video 8⁴. En comparación con el cine, el video se ofreció como una tecnología barata, con las ventajas de verificar lo grabado de manera inmediata y almacenarlo, de hacer copias y exhibir los materiales audiovisuales de forma fácil y rápida; el consumo de video-caseteras, casetes y cámaras de video se proliferó y generó un desajuste en los réditos de la industria cinematográfica. A pesar del éxito comercial y, de los impactos tanto tecnológicos como sociales del video, este formato no ha logrado alcanzar el estatus que hasta hoy conserva el cine en cuanto a calidad de imagen se refiere. Esa realidad es un asunto que lamentamos, pues frente a lo que aquí estamos estudiando, su valor es fundamental para entender muchas de las transformaciones en las formas de comunicarnos y de hacer comunicación.

De alguna manera, el video posibilitó nuevos usos de la imagen audiovisual: se trató de la oportunidad no solo de retratar la vida íntima, sino el devenir de la vida *en* colectivo y más importante aun, *desde* lo colectivo. Como ya se afirmaba desde los años ochenta, “lo que ha alterado nuestro mundo no es la televisión, ni la radio ni la imprenta como tales, sino los usos que se les da en cada sociedad” (Williams:183). Es posible decir que el video, más allá de ser un forma-

² En revistas de la época (s.f), los anuncios que publicitaban este aparato lo hacían bajo la idea de que posibilitaba una nueva rutina en la que el televidente pasaba a tener mayor control sobre lo visto; de ahí que un anuncio de Betamax dijera “siéntase el dueño de la televisión” y otro de VHS “la noche del sábado en la mañana del domingo”.

³ La competencia entre las dos compañías japonesas productoras de estos aparatos, JVC y Sony, terminó en la desaparición del Betamax y la consolidación del VHS. Tanto que Sony como otras compañías empezaron a producir aparatos con esa tecnología.

⁴ Es posible indicar que el Video 8 es una emulación del formato cinematográfico Super 8, pues ambos tienen un ancho de ocho milímetros. El Video 8 fue un formato un poco más pequeño y de mayor calidad en la resolución de la imagen que el VHS. Después el formato evolucionó varias veces: en 1988 salió el Hi8 y en 1999 el Digital 8, todos para el consumo doméstico.

to, una tecnología, se constituyó como *práctica* pues sus condiciones de bajo costo, portabilidad y sencilla operación hicieron mucho más rápido el acceso de nuevas clases y grupos sociales a esta; por tanto, posibilitó el registro de la vida social desde quienes la vivían y, así, estimuló la creación de diversos materiales audiovisuales para hacer memoria, denuncia o reflexión sobre los procesos y conflictos de las comunidades retratadas. Con el video también aumentó la difusión de películas o programas en sindicatos, colegios y plazas al aire libre para acercar a la gente común y corriente a otros saberes y formas de contar-se. Los usos profesionales y familiares, los pre-determinados por las compañías fabricantes de estos aparatos, fueron desbordados y surgieron entonces usos *no contemplados*, aquellos que han permitido la creación y recreación de imágenes desde nuevas o incluso impensadas estructuras de producción simbólica. De acuerdo con lo anterior, en los inicios de la práctica del video, este podría considerarse como un *antídoto* para los discursos homogeneizantes de los medios masivos.

La llegada del video a América Latina coincidió con los procesos histórico-políticos de finales de los años setenta y de la década de los ochenta, cuando una buena porción de países estaba gobernada por militares. Más allá de un viraje tecnológico, la actividad de producir y exhibir video *enriqueció* la lucha por la libertad de expresión y una efectiva democratización de los medios masivos de comunicación. Con la censura y la monopolización mediática producto de las dictaduras, los discursos dominantes tendían a difundir únicamente la voz y las ideologías de los gobiernos militares.

En un contexto de subdesarrollo, exclusión y pobreza, las organizaciones de base de los países latinoamericanos vieron el video como una herramienta para resistir, protestar, denunciar, movilizar, educar y sensibilizar frente a las realidades de sus países. Entre 1984 y 1985, en el Festival del Nuevo Cine Latinoamericano de La Habana, uno de los más importantes de la región, se desarrollaron actividades⁵ alrede-

⁵ Seminario Video, Cultura Nacional y Subdesarrollo realizado en el VI Festival celebrado en 1984.

dor del reciente fenómeno tecnológico basadas en esta idea: “Buena parte de la historia de nuestros países está siendo registrada en video o en otras tecnologías audiovisuales. Contribuye a eso la agilidad de su producción y la mayor libertad operativa en su uso” (Santoro:32). En este mismo Festival se abrió por primera vez en 1986 la categoría de video. Un año después, en 1987, los videastas presentes en el certamen elaboraron un documento⁶ en el que afirmaron lo expresado en años anteriores: “Es en el video, y en sus modos de uso por parte de organizaciones no gubernamentales de carácter social, comunitario, sindical, cooperativo, político, cultural o religioso, donde se percibe un mayor intento de utilización democrática y participativa de la comunicación audiovisual [...]. El video se suma, así, a los mejores empeños del cine y de la televisión latinoamericanas, ampliando y enriqueciendo la comunicación y la cultura de nuestros países” (en Santoro:85).

La imagen en Movimientos

El video iba creando una *trinchera* en el universo de la imagen en movimiento aparte del cine y la televisión. El crecimiento del uso y apropiación de esta tecnología llevó a un grupo de videastas argentinos, brasileños, bolivianos, chilenos, peruanos y uruguayos a reunirse para dimensionar lo que estaba pasando con el video. Así es como en 1988 el grupo realiza el primer Encuentro Latinoamericano de Video en Santiago, Chile, donde se suscribe el Manifiesto de Santiago, un documento que indica que “la emergencia y desarrollo del video es su creciente uso social y comunitario, en contraposición y alternativa a la lógica transnacional de privatización del uso del video. En el caso particular del continente, nuestros pueblos han desarrollado su capacidad de expresión y creación autónoma, otorgándole al video un empleo social y comunitario, confiriéndole un carácter distinto, liberador” (en Gómez, 1993a:63). Este manifiesto

⁶ El documento se titula “A veinte años de Viña del Mar. Por el video y la televisión latinoamericana”. La Habana, 1987.

auto-proclamó el surgimiento de un Movimiento Latinoamericano de Video:

En una región⁷ marcada por la dominación, el autoritarismo y la expresión, constatamos el uso del video por cientos y cientos de grupos animados por una vocación democrática. Su trabajo ha servido para que nuestros pueblos aparezcan por fin en las pantallas como protagonistas del tiempo que viven y el tiempo al que aspiran [...]. Si bien las producciones de video son marginales en relación a la industria cultural, se ubican en el centro de las dinámicas de transformación de nuestras sociedades. Desde allí intentan contribuir a potenciar el protagonismo del movimiento social en los procesos de democratización (*Ídem*:64).

El Movimiento Latinoamericano de Video retomó de alguna manera la tradición del Movimiento Nuevo Cine Latinoamericano que se desarrolló durante las décadas de los años sesenta y setenta, que según Nelson Pereira dos Santos procuraba hacer un “cine sin estudio, con una ‘cámara en la mano y una buena idea en la cabeza’, volcados [los cineastas] sobre nuestra realidad, encontrando en ella nuestros temas más importantes, que si nos motivaban como hombres, también nos debían motivar como creadores cinematográficos” (en Gil:m). El Nuevo Cine se interesó por retratar la realidad social de América Latina⁸, lo que constituía una reacción a Hollywood y su *american way of life*, un estilo de vida que poco tenía en común con lo que sucedía en nuestro contexto. Glauber Rocha, uno de los fun-

⁷ El Movimiento llegó a reunir experiencias en nueve países: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, Honduras, Perú y Uruguay.

⁸ Los cineastas del Nuevo Cine estuvieron influenciados por dos corrientes cinematográficas europeas: la Nueva Ola francesa y el Neorrealismo italiano. Las películas de Roberto Rossellini, Luchino Visconti y Vittorio De Sica retrataron la Italia devastada por la Segunda Guerra Mundial; el Neorrealismo hizo una cinematografía adecuada a las condiciones de producción de ese momento histórico; no es casualidad, por tanto, el surgimiento de las grabaciones en exteriores (por fuera de los estudios), el uso de actores no profesionales y el interés por hacer imágenes *documentales*.

dadores del Nuevo Cine, insistió en que un cineasta de esa corriente debía ser uno “dispuesto a filmar la verdad”⁹ pues hacía parte de “un movimiento que tiene como principal característica la producción de filmes relacionados directamente con los problemas actuales de Brasil y América Latina” (*Ídem*:118), añadiendo que “la mayor preocupación de nuestro cine es interpretar y discutir los problemas de nuestra realidad” (*Ídem*); para él era necesario mostrar lo que ocurría en un país como el suyo, Brasil, que reportaba un crecimiento desmedido en las favelas y donde el gobierno tenía abandonadas, aun más que hoy, diversas zonas.

Todas esas películas [...] estaban imbuidas del fuego revolucionario de aquellos años, de un clima generalizado de insurgencia; eran películas que pretendían intervenir en los procesos políticos, que buscaban transformar las conciencias, movilizar a las personas; películas que transmitían su gesto rebelde también en la estética, que rompían con géneros y tradiciones, que por momentos mostraban, por primera vez el verdadero rostro de América Latina, que llevaban a la pantalla su auténtica expresión. Eran películas de lucha y búsqueda, componentes de un cine realmente nuevo (Schuman en Santoro:83).

Una muestra del Nuevo Cine son las películas brasileñas *Dios y el diablo en la tierra del sol* (Glauber Rocha, 1963) y *Vidas secas* (Nelson Pereira, 1963) que cuentan historias sobre el campesinado explotado y cuyas tierras fueron expropiadas; los filmes cubanos *Now* (Santiago Álvarez, 1968), sobre el racismo, y *Memorias del subdesarrollo* (Tomás Gutiérrez Alea, 1968), sobre los efectos de la revolución cubana en un burgués; y la trilogía argentina *La hora de los hornos* (Fernando Solanas y Octavio Getino, 1968), que habla sobre los movimientos sociales en ese país.

⁹ Véase en: www.cinemanovo.com.ar/estetica_del_hambre.htm

Este movimiento experimentó un nuevo desarrollo cuando Getino y Solanas lanzaron desde su grupo Cine Liberación el concepto del “Tercer cine” con el que buscaban oponer:

Al cine industrial, un cine artesanal: al cine de individuos, un cine de masas; al cine de autor, un cine de grupos cooperativos; al cine de desinformación neocolonial, un cine de información; a un cine de evasión, un cine que rescate la verdad; a un cine pasivo, un cine de agresión; a un cine institucionalizado, un cine de guerrillas; a un cine de espectáculo, un cine de acto, un cine acción¹⁰.

Se trataba, entonces, de una “realización subversiva”, pues el Tercer debía ser un cine que se enfrentara al establecido por medio de “las lentes de las cámaras descolonizadas” como afirmaron Getino y Solanas. Asimismo, el cineasta Fernando Birri escribió en el Manifiesto de Santa Fe que el Nuevo Cine debía ser un cine que estaba “frente a la realidad con una cámara [...] para documentar el subdesarrollo. El cine que se haga cómplice de ese subdesarrollo, es subcine”¹¹.

Este espíritu de los cineastas del Nuevo Cine, digámoslo, *revolucionario* fue producto, entre otras causas, de vivir en un contexto social agitado¹²; un espíritu que persistió en los videastas que formaron el Movimiento Latinoamericano de Video pues, además de la conciencia que tenían sobre las condiciones de pobreza y analfabetismo en sus países, reconocían que cada vez había más canales de difusión de imágenes

¹⁰ Véase el artículo “Hacia un tercer cine: apuntes y experiencias para el desarrollo de un cine de liberación en el Tercer Mundo”, disponible en: www.cinelatinoamericano.cult.cu/biblioteca/assets/docs/documento/489.pdf.

¹¹ Disponible en PDF, véase: www.ludio.com.ar/archivos/articulo/manifiesto_santa_fe_maqueta.pdf.

¹² Hay que advertir que durante esta época las ideas del marxismo tomaron una nueva fuerza en América Latina. La búsqueda y el cambio hacia estructuras sociopolíticas más equitativas, desde una postura anti-capitalista, se tradujo en la proliferación de grupos políticos de izquierda, muchos de ellos inspirados en la Revolución Cubana.

provenientes de Estados Unidos y de Europa; como dijo la investigadora brasileña Regina Festa en la ponencia¹³ que presentó en el IV Encuentro Latinoamericano de Video, estas imágenes no componían América Latina y daban como resultado “una imagen que viene de fuera” (en Gómez, 1993a:119). Festa expresaba la urgencia de preguntarse entonces por “¿qué imagen tenemos de nosotros mismos, qué imagen queremos construir, qué imagen queremos hacer pública, cuál es la imagen que queremos hacer visible?” (*Ídem*). Esta fue de alguna manera la búsqueda emprendida por el Movimiento Latinoamericano de Video.

Durante la década de los años ochenta, muchos de los países latinoamericanos que estaban justo en transición hacia las democracias después de los gobiernos militares, experimentaban la expansión del neoliberalismo y las complejas relaciones entre Estados Unidos y la otrora Unión Soviética. América Latina seguía siendo un torrente de desigualdades económicas y políticas. En medio de este contexto, el video fue un modo de comunicación que sirvió para expresar las necesidades de los grupos de base: llegó a las manos de los obreros, las mujeres, los indígenas, los ecologistas, los campesinos, en suma, a los movimientos sociales.

El recién formado Movimiento de Video Latinoamericano realizó cuatro reuniones después de la de Santiago. La segunda tuvo lugar en Cochabamba (Bolivia, 1989), y las siguientes en Montevideo (Uruguay, 1990), Cuzco (Perú, 1992) y en La Habana (Cuba, 1994). La continuidad de estos encuentros podría confirmar la solidez del Movimiento¹⁴. En 1992 redactó el documento Estrategias del Movimiento Latinoamericano de Video, en el cual afirmaron: “Lo que caracteriza y fortalece el movimiento es su permanente preocupación por valorar nuestra identidad latinoamericana, a través de una multiplicidad de procesos y géneros, los movimientos sociales y populares del conti-

¹³ Titulada “Globalización, identidad y nuevas búsquedas”.

¹⁴ Según la información consultada, no encontramos registro de actividades después de 1994. De acuerdo a esto, podríamos suponer la desaparición de las dinámicas del Movimiento Latinoamericano de Video tal como existieron hasta ese entonces.

nente” (en Gómez, 1993a:92), así como la transformación social, la integración regional y la comunicación en función del desarrollo. El Movimiento asumió el trabajo con el video “como una propuesta vinculada a los procesos educativos, comunicacionales y artísticos como medios fundamentales en las políticas de desarrollo de nuestros países” (*Ídem*:93).

El Movimiento Latinoamericano de Video puso su mirada en los conflictos de nuestros países. Lo que quizás diferencie el Movimiento de Video del Nuevo Cine es quienes lo impulsaron no solo provenían de clases ilustradas sino también de estracción popular¹⁵. En su práctica y proceso, este movimiento hizo mayor énfasis en retratar las contradicciones sociales y ayudó a configurar un espacio de lucha para los sectores menos privilegiados de la sociedad pues como afirmó el teórico de la imagen Guy Gauthier, “el video dejó de ser visto simplemente como un instrumento para pasar a ser concebido como una promesa de nuevas relaciones sociales” (en Santoro:25). Uno de los objetivos del Movimiento de Video fue “provocar un diálogo entre los públicos a fin de estimular una reflexión colectiva, fortaleciendo sus capacidades de expresión y participación” y, además, “contribuir al desarrollo de una conciencia crítica que se exprese en una acción transformadora de la realidad en todos los planos” (en Gómez, 1993a:66-67).

Con el posicionamiento de la televisión y el surgimiento del Movimiento del Video, algunos investigadores de la comunicación en la región (Mattelart, Pasquali, Beltrán, Mata, Gumucio, etc.) se preguntaban por el aumento en el uso de tecnologías de comunicación -además del video, la radio, la televisión y las publicaciones impresas-, que no solo eran consumidas sino apropiadas en el contexto de las luchas asociadas con reivindicaciones de etnia, género, clase social (ya sea obrera o campesina) o causas como la ecologista, entre otras. Sus aportes comenzaron a dar forma a un nuevo campo de estudios en el que fundaron una visión de la comunicación que alejada de los estudios de los efectos y los contenidos, de los medios y los lenguajes, se acercó a algunos de los concep-

¹⁵ Es importante hacer esta salvedad: es posible que el video fuera movilizadotanto por obreros, campesinos o mujeres, como por los líderes de los movimientos sociales que podrían haber tenido formación educativa profesional.

tos y metodologías introducidas por *los estudios culturales* (Pineda¹⁶); este campo es el que conocemos como comunicación alternativa. Así como se ha indicado en el capítulo 1, la producción cultural de los movimientos sociales tendería a ser una *alternativa* a las relaciones de poder establecidas en una sociedad. De ahí el interés de estos movimientos por dar-se voz y visibilizar-se con medios-modos de comunicación en los que la participación de las personas en el *proceso* de creación y producción adquiere protagonismo; el video pasó a ser un vehículo de las percepciones propias sobre la cultura y la política, así como una herramienta para contrarrestar las hegemonías comunicativas. Esta manera alternativa de hacer comunicación se ha constituido en una forma de *resistencia cultural* a las relaciones de comunicación dominantes.

La misma gente controla no solamente el proceso de toma de decisiones y el contenido de las producciones sobre los medios, sino también los recursos de que se vale la producción en los medios y sus materiales resultantes. En ese sentido, el objetivo principal de la comunicación participativa no es producir los materiales *per se*, sino utilizar un proceso de producción para facultar a la gente con la confianza, conocimientos e información necesarios para abordar sus propios asuntos y proporcionarles las herramientas necesarias para articular su experiencia (Protz en Goicochea:14).

Desde esta perspectiva, la comunicación es alternativa no solo porque confronta y visibiliza sino porque construye y transforma. Todo lo que empieza a ser nombrado de forma *alternativa*, emerge, dirigiendo el foco, así, hacia lo periférico, lo silenciado. Se empieza a superar el esquema comunicativo donde unos *pocos* tienen el poder de llegar a muchos. Por tanto, la práctica del video ha permitido descentralizar la producción y la exhibición de imágenes audiovisuales en América Latina. Luiz Fernando Santoro, en su libro *La imagen en las manos: el video popular en Brasil*, presenta cerca de quince experiencias de uso del video en cuatro países; algunas de las descritas por este autor son:

¹⁶ Disponible en: www.dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2475596.

- Chile: en 1984, durante la dictadura de Pinochet, surgió el grupo Teleanálisis que produjo programas sobre la realidad del país que eran exhibidos en sindicatos rurales y urbanos, instituciones culturales, organizaciones de mujeres y jóvenes, así como en parroquias y universidades¹⁷. En esa misma línea, otro grupo, llamado Proceso, realizó materiales con énfasis en los derechos humanos.

- Perú: las experiencias de este país estuvieron ligadas a procesos de educación popular¹⁸ como el Video Centro, donde se produjeron programas sobre las experiencias educativas con mujeres y niños, la historia de los barrios, información sobre salud y medio ambiente, registro de actividades de interés popular, entre otros. También fue en Perú donde surgió en 1985 el proyecto Videored, un sistema orientado al intercambio de información y producción audiovisual para el subcontinente coordinado por el Instituto para América Latina (IPAL); esta red llegó a reunir 258 grupos.

- Ecuador: había productoras de video ligadas a la educación popular con fines políticos como Prodia (Producciones Audiovisuales) y Cedime (Centro de Documentación e Investigación de los Movimientos Sociales del Ecuador). También había experiencias ligadas a la actividad pastoral de la Iglesia Católica como el Centro de Audiovisuales Don Bosco y la Corporación para el Espacio Audiovisual Francisco Javier¹⁹.

¹⁷ La experiencia se hizo en conjunto con la revista semanal Análisis. Este colectivo de video se convirtió, años después y en régimen democrático, en la productora Nueva Imagen.

¹⁸ La relación que surgió entre video y educación popular originó una serie de experiencias y organizaciones que ligó los dos campos, pero esta no fue objeto de la revisión histórica aquí presentada.

¹⁹ También debemos advertir que en este recorrido histórico no se abordaron las experiencias de uso del video que, durante esta misma época, estuvieron ligadas a la Iglesia Católica, las que -al parecer- no fueron pocas.

- Bolivia: grupos como La Escalera o Nicobis produjeron programas sobre los movimientos sociales, y el Centro de Educación Popular Qhana, creado en 1985, hizo el registro de actividades organizativas, productivas y educativas de cincuenta comunidades indígenas aimaras.

Además de las anteriores, otras experiencias similares fueron Ukamau en Bolivia, Filmoteca del Tercer Mundo en Uruguay, Cine Urgente en Venezuela, Televisión Serrana en Cuba y el Taller Cine Octubre y Proderith en México. Pero este tipo de experiencias no fueron exclusividad de América Latina; en otras partes del mundo²⁰ se encuentran grupos y organizaciones que “reivindican el derecho a producir y de proyectar uno mismo su imagen o de determinar el rostro de sí mismo que uno quiere comunicar a los otros” (Thede en Goicochea:ix).

También en *La imagen en las manos*, Luiz Santoro recoge algunas experiencias brasileñas de colectivos, organizaciones y movimientos sociales que en los años ochenta desarrollaban producción audiovisual dentro de lo que él llamó *video popular*. El investigador señalaba que la

²⁰ Así lo confirma la publicación *Pequeñas pantallas para la democracia*, resultado del Coloquio Comunicación Alternativa y Alternativas de Desarrollo, realizado en 1991 por Videazimut (Coalición internacional audiovisual para el desarrollo y la democracia), la cual proporciona información sobre experiencias en África, India, Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Italia y Japón, así como en Brasil y Perú. Algunas de estas fueron, por ejemplo, Paper Tiger Television de Nueva York (Estados Unidos), un colectivo independiente que produce y capacita en video para trabajar por la equidad informativa, y Video News Service de Johannesburgo (Sudáfrica), que produjo documentales sobre el *apartheid*. Otras experiencias fueron televisoras comunitarias como Khenda Television (India) o Inuit Broadcasting Corporation (Canadá); la publicación también reseña organizaciones internacionales como Video Tiers-Monde (Canadá) y Centro Internazionale Crocevia (Italia) que brindaban capacitaciones a grupos del sur de África y América Latina. Otra experiencia es SEWA (India), en la que el video fue usado con mujeres analfabetas. Para conocer otras experiencias más recientes no solo con video sino con radio, teatro e Internet se puede consultar el libro *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social* (Gumucio, 2001).

función cumplida por este tipo de video era hacer presencia, mediante la reflexión y el debate, en las coyunturas políticas y sociales nacionales. Algunas de las experiencias son:

- TV Viva, que nació en 1984 con la producción de un programa mensual exhibido en las plazas públicas de la ciudad de Recife. A este proyecto lo sucedieron TV Bixiga en la ciudad de São Paulo y TV Maxambomba en la ciudad de Rio de Janeiro, exhibiendo videos en escuelas, plazas y mercados al aire libre que mostraban lo que sucedía en los barrios y sus organizaciones de base.
- TV dos Trabalhadores, creada en 1986 por el sindicato de los obreros metalúrgicos de San Bernardo (estado de São Paulo) que tematizaba el mundo obrero y las organizaciones sociales; se interesó, entre otros asuntos, por documentar el quehacer del sindicato y del Partido de Los Trabajadores (registro de campañas políticas). Esa experiencia fue replicada ese mismo año por el sindicato de los trabajadores de las entidades bancarias, bajo el nombre de TV dos Bancários.
- Lilith Video, Video Memória (iniciadas en 1986) y Projeto Audiovisual (un año después) constituyen tres experiencias que vinculaban el video con las llamadas minorías sociales (mujeres, por ejemplo) y los movimientos sociales.

Aunque no referenciada por Santoro, encontramos que en 1985 tuvo lugar Video Kayapó, la primera experiencia en Brasil de video hecho con indígenas²¹ que tenía como fin documentar tradiciones

²¹ Vale la pena indicar que las experiencias de medios para y hecho con comunidades indígenas tienen una amplia trayectoria en la región. Una de las más destacadas es la de Bolivia, donde el Centro de Formación y Realización Cinematográfica (Cefrec) capacita desde 1989 a estas comunidades y apoya la distribución de sus videos; además, ha impulsado recientemente la creación de

culturales y defender los derechos de comunidades indígenas de la Amazonia brasileña. Dos años después, apareció el proyecto Video en las Aldeas, experiencia de apropiación audiovisual que abarca varias comunidades indígenas de ese país, aún vigente²².

Según el Directorio del Movimiento Latinoamericano de Video²³ realizado en 1993, existían hasta aquel entonces nueve asociaciones nacionales que agrupaban a las organizaciones al interior de cada país: Asociación Argentina de Videastas (SAVI), Movimiento Nacional de Cine y Video Boliviano, Videocombo de Colombia, Movimiento Nacional de Video de Cuba, Asociación de Productores de Cine, Video y Televisión de Chile, Movimiento de Video de Honduras, Asociación de Video de Lima (AVL), Asociación Brasileira de Video Popular (ABPV) y Asociación de Productores de Cine y Video del Uruguay.

Pese al volumen de experiencias y organizaciones descritas, el Movimiento de Video Latinoamericano no registra actividad después de 1994, como ya se indicó. En un documento preparatorio del último encuentro del Movimiento, titulado *Del video y otros demonios*²⁴, se señalaba con preocupación que “las actuales condiciones de América Latina no son favorables para la reproducción del movimiento del video en comparación con épocas anteriores”. Según ese documento, tal situación se debía al paso de muchos colectivos a “líneas de producción con canales de televisión pública y privada”. Al parecer, la fragilidad del movimiento se hizo evidente y sus agentes se dispersaron: el documento en cuestión indica que para ese momento solo cuatro de las nueve asociaciones que alguna vez conformaron el Movimiento continuaban activas (las de Perú, Brasil, Chile y Colombia). No obstante, centenares de or-

Plan Nacional Indígena Originario de Comunicación Audiovisual, pionero en América Latina; en ese país también tiene sede desde 1985 el Consejo Latinoamericano de Cine y Video de los Pueblos Indígenas (Clacpi), organizador del Festival Internacional de Cine y Video de los Pueblos Indígenas, cuya décima versión se realizó en 2010.

²² Para mayor información, véase: www.videonasaldeias.org.br.

²³ Publicado en *Puntadas para un sueño: el Movimiento de Video en Colombia y América Latina*, p. 122.

²⁴ Mimeo, p. 12.

ganizaciones, colectivos y experiencias en América Latina continuaron impulsando procesos de apropiación audiovisual durante los años noventa. Quizás una de las más importantes ha sido la del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) que usó la plataforma mediática de Internet para informar sobre su levantamiento contra el gobierno mexicano en 1994, debido a la entrada en vigencia del tratado de libre comercio de ese país con Estados Unidos, además de denunciar ante la comunidad internacional el abandono estatal en el que estaban las comunidades indígenas de Chiapas; desde entonces, los zapatistas han utilizado diversos medios de comunicación (incluido el video) para difundir información y crear redes de solidaridad con su causa.

Otra de las experiencias con mayor continuidad en la región es la del colectivo argentino La Tribu, que surgió en 1989 inicialmente con una emisora pero hoy se constituye en colectivo de comunicación alternativa que no solo se propone hacer radio *libre* sino también videos y publicaciones, además de liderar un centro de capacitación y producción en medios.

La Tribu es una radio y el espacio de un intercambio que no petrifica las relaciones. Que va más allá de las mediaciones tecnológicas. Que no hace del lugar de la emisión la guarida del poder. No queremos oyentes. No queremos un solo lenguaje ni un único código. No queremos hacer de la comunicación una mercancía [...]. No queremos interlocutores. Queremos prácticas comunicacionales que son siempre prácticas políticas [...]. No somos micrófonos de un lado y parlantes del otro²⁵.

Junto a la experiencia de la Tribu fueron reseñadas otras del mismo tipo en Argentina en el libro *Contra información: medios alternativos para la acción política*. Una de esas es la del grupo Alavío, fundado en 1992 para producir materiales audiovisuales que han retratado la situación de los trabajadores en Argentina para hacer un “cine o vi-

²⁵ Tomado del artículo “La radio es sus consecuencias”, en Vinelli-Rodríguez:174.

deo de intervención”²⁶ con el objetivo de generar una acción²⁷. Otra es Wayruro Comunicación Popular, una agrupación creada en 1994 con el ánimo de “tratar de comunicar, de hacer conocer lo que pasaba en la provincia” (Ogando en Vinelli-Rodríguez:13) por medio de la realización de videos y publicaciones. También aparece reseñada Indymedia, un centro de medios independientes que reúne periodistas y activistas de todo el mundo para la configuración de una vocería de lucha antiglobalización vía Internet; surgió en 1999 en Seattle (Estados Unidos) a partir de las protestas realizadas contra la cumbre de la Organización Mundial del Comercio (OMC); Indymedia opera por medio de un portal en la web donde convergen noticias escritas, productos radiales, registro fotográfico y videos; este modelo se ha replicado en más de ciento cincuenta países siendo Indymedia-Argentina uno de los centros más sólidos.

Las experiencias colombianas

En Colombia, Martha Rodríguez y Jorge Silva hicieron parte del Movimiento Nuevo Cine Latinoamericano; produjeron documentales en 16 mm sobre la situación de los campesinos e indígenas en el país

²⁶ Véase en: [www.revolutionvideo.org/alavio/documentos/informe-alavio-magoyafilms\[1\].doc](http://www.revolutionvideo.org/alavio/documentos/informe-alavio-magoyafilms[1].doc).

²⁷ Alavío desarrolló en 2006 Ágora TV, una televisora que funciona desde la Web (www.agoratv.org) y comenzó exhibiendo los propios documentales del grupo; actualmente Ágora TV también emite la producción audiovisual de muchos otros colectivos como La Conjura TV, colectivo que desde 1998 se propuso crear nuevos espacios de difusión con tan solo con un televisor y una video-casetera. Parte del trabajo de Alavío está ligado a lo que se ha llamado *documental piquetero* que surgió como resultado de la crisis del año 2001 en Argentina. Debido a la recesión económica de ese país que registró los índices más altos de desempleo de su historia, estallaron protestas callejeras de los obreros de fábricas cerradas y de la sociedad civil organizada llamadas *piquetes* (cierres de calles), en horas álgidas de tránsito urbano. Los videastas empezaron a registrar estas concentraciones y por la multiplicación de este tipo de videos se autonombraaron “documentales piqueteros”. Entre los colectivos argentinos que han hecho este tipo de materiales también se encuentran el Grupo Primero de Mayo y Ojo Obrero.

como *Chircales* (1971) y *Nuestra voz de tierra, memoria y futuro* (1980). Es posible inscribir en este Movimiento a cineastas como Carlos Álvarez con *¿Qué es la democracia?* (1971) y a Diego León Giraldo con *Camilo Torres* (1971)²⁸. Con respecto a la presencia del Movimiento Latinoamericano del Video en nuestro país podemos hablar de las experiencias del Videocombo y Cine Mujer, ambas de Bogotá²⁹. Cine Mujer (1978) fue un colectivo de mujeres que vincularon el cine a las luchas del feminismo. Sus fundadoras fueron Sara Bright, Clara Riascos, Patricia Restrepo y Eulalia Carrizosa. Si bien comenzaron realizando filmes en 35 mm paulatinamente el video fue el medio que más les permitió estar activas en la producción tanto de proyectos propios como por encargo (la mayoría videos para ONG y televisión educativa). Esta experiencia se mantuvo hasta 1999. Por su parte, el Videocombo (1991) estuvo liderado por Luis Fernando Barón y Ricardo Gómez. Este reunió a cincuenta afiliados entre grupos y personas con el objetivo de posibilitar una “comunicación democrática que alimente las expresiones de diversidad y heterogeneidad de nuestros pueblos” (Barón en Gómez, 1993a:8). Uno de sus proyectos más grandes fue la realización del Diagnóstico Nacional de Recursos de Video³⁰ en el que se presenta una muestra de 136 experiencias entre personas, grupos o instituciones de todo el país relacionadas con las actividades en el sector; en ese Diagnóstico, realizado en 1993, encontramos información sobre tipos de instituciones, temas, formatos de producción, formas de distribución y fuentes de los materiales difundidos, así como la trayec-

²⁸ Las películas de Julio Luzardo y José María Arzuaga, aunque tenían temáticas sociales fueron filmadas en 35 mm, lo cual no corresponde al espíritu de quienes hicieron parte de Nuevo Cine Latinoamericano quienes filmaron principalmente en 16 mm para así poder exhibir las películas en pequeños proyectores portátiles.

²⁹ Podemos citar otras experiencias relacionadas con la educación popular en medios de comunicación como el Centro de Comunicación Educativa Audiovisual (CEDAL), creado en 1980, y el Centro Popular para América Latina de Comunicación (CEPALC), creado en 1978, ambos aún existentes y radicados en Bogotá.

³⁰ Financiado por el Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP), la Fundación para el Progreso del Hombre (Francia) y el mismo Videocombo.

toria de las organizaciones y volumen de la producción: “Las personas o grupos de la muestra que producen video, lo hacen desde hace cinco años en promedio. En total han producido 7.861 videos, para un promedio de 82 videos por centro; del total, 1.390 fueron producidos en 1992” (Camargo y Gómez en Gómez, 1993a:14). Los resultados del Diagnóstico dan cuenta de una gran actividad en todo el país que, intuimos, podría ser la base de lo que aconteció en los años siguientes con la *televisión comunitaria*³¹.

La década de los años noventa inició con uno de los proyectos políticos más importantes de su historia como nación: la formulación de una nueva constitución política en 1991 desde los paradigmas de la democracia participativa y el multiculturalismo; en el Artículo 20 fue establecido el derecho a la información y la garantía para fundar medios de comunicación y en el 75 la igualdad en el acceso al espectro electromagnético (antes en potestad exclusiva del estado). Estas dos directrices propiciaron las condiciones para la diversificación de medios de comunicación y de los usos de la televisión. De una larga tradición, la necesidad de expresión e información propia de las comunidades u organizaciones encontró una nueva válvula de salida: la *televisión comunitaria*. Este fenómeno, además de responder a las preocupaciones de una localidad o grupo social de crear una imagen *auto-determinada*, se podría atribuir a otras dos condiciones: la recepción de señales incidentales³² internacionales -en especial de Perú-, que mediante el sistema de antena parabólica mostró otras formas de hacer televisión; y el fortalecimiento de la vida municipal -en el marco de la descentralización-, que tuvo como urgencia poner en circulación infor-

³¹ A principios de los años noventa se consolidó el proceso de descentralización política y administrativa que Colombia había iniciado en 1985. En el campo audiovisual esa política de descentralización se vio reflejada en el proceso de formación y sostenimiento de los canales regionales de televisión; desde entonces se crearon Teleantioquia, Telecaribe y Telepacífico (aún en operación bajo una modalidad mixta de financiación: estatal y privada). En la actualidad existen cinco canales regionales más: Telecafé, Canal TRO, Teleislas, Canal Capital y Canal 13.

³² Se define como aquella señal transmitida vía satélite que no requiere equipos de codificación y puede ser captada y distribuida sin pagar.

mación local (aunque en muchos casos tuvo un carácter proselitista en períodos electorales). El espesor social de la pantalla televisiva aumentó pues “los canales comunitarios confirman, en sus aciertos y en sus debilidades, que los itinerarios de una democracia pasa por los diálogos más cercanos, el derecho a mirarse con ojos e ilusiones propios, la necesidad de conversar con el afuera para no caer en cercos endogámicos, las conexiones entre imágenes y dinámicas sociales” (Rey en Pérez:75).

Hasta 1995, la proliferación de canales de televisión locales o comunitarios fue en aumento. En ese año se dictó la Ley 182 que dio origen al órgano regulador del servicio de televisión, la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) que estableció una nueva clasificación del servicio según su cobertura: nacional, zonal, regional y local (esta última relativa al servicio que se presta en un municipio o distrito). La televisión local fue definida como aquella con “fines sociales y comunitarios y sin posibilidad de comercialización” (Benedetti en Ministerio de Comunicaciones:74). Hasta la promulgación de esa ley, en el ámbito estatal, muchas de estas estaciones de televisión fueron consideradas ilegales por hacer uso del espectro electromagnético sin ninguna regulación³³. La televisión comunitaria en Colombia aparece definida con este nombre en el Artículo 1 del Acuerdo 006 de 1999³⁴, en el que se describe su tipo de servicio:

³³ Según Luis Fernando Barón, “se emplean términos inexactos, en algunos casos estigmatizantes, como clandestinas e ilegales para referirse a las televisiones locales y comunitarias. No son clandestinas porque es muy difícil ocultar los programas que se emiten periódicamente en algún lugar [...]. Tampoco son ilegales porque, a pesar de las carencias y vacíos legales, en medio de los que se ha desarrollado, en la práctica han ganado ‘legitimidad social’. Estas televisiones existían desde hace muchos años antes de producirse la ley” (en Pérez:35).

³⁴ Actualmente, la clasificación del servicio en Colombia se divide en dos, ya no por cobertura sino por el soporte de transmisión: televisión abierta (que usa el espectro electromagnético) y cerrada (vía cable o satélite). En la abierta se encuentran los canales estatales (como Señal Colombia), los privados (RCN y Caracol), los locales con ánimo de lucro (como Citytv) o sin ánimo de lucro (como Teled Medellín) y los canales regionales ya citados. En la televisión cerrada se ubican las señales incidentales y satelitales, los servicios por suscripción (como DIREC TV) y los canales comunitarios. En 2011 entrará a operar el sistema de Televisión Digital Terrestre que reemplazaría la transmisión de tipo abierta.

[debe ser] prestado por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, con el objeto de realizar y producir su propia programación para satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales. Este servicio deberá prestarse bajo la modalidad de televisión cerrada, por uno o varios canales de la red. Así mismo, por razón de su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción.

No obstante, antes de esa definición estatal, la televisión comunitaria era una práctica común, con una trayectoria de más de siete años y relacionada en forma directa con la comunicación alternativa; de allí se podría concluir que estas televisiones respondieron a un modelo de producción que no fue ni estatal ni privado, sino hecho *en y para* la comunidades: “Estas televisiones han sido protagonistas de la reconfiguración de órdenes sociales en los barrios, en comunas, en localidades, en pequeños municipios o en algunas zonas de las grandes ciudades. Y además han participado en la transformación de órdenes comunicativos, medioambientales, políticos, generacionales, religiosos, sexuales, étnicos y de género” (Barón en Pérez:34). En 1998, el Diagnóstico Nacional de Televisión Local y Comunitaria³⁵ indicó la existencia de 265 canales comunitarios a escala nacional, con mayor concentración en los departamentos de Antioquia y Valle del Cauca.

Una vez reglamentada la televisión comunitaria, los canales tuvieron que asumir una serie de exigencias: mantener una programación de catorce horas semanales de producción propia (dos horas diarias), pagar licencias de funcionamiento e impuestos; exigencias que han ido mermando su sostenibilidad, además de asumir en condiciones desiguales la competencia que representa la sobreoferta internacional de la televisión por suscripción y los canales privados nacionales (RCN y Caracol). Es posible deducir que los mandatos jurídicos y legales han limitado el desarrollo de estos canales; en este sentido, encontramos

³⁵ Publicado en *Señales de humo. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*.

una crítica a la CNTV hecha por un militante de los medios alternativos, Mauricio Beltrán, quien dice que esta ha actuado más como “mecanismo de presión y policíaco”³⁶ que como un promotora de este tipo de canales³⁷.

Hemos centrado nuestra investigación en las experiencias de organizaciones sociales que buscan usar el video al margen a las estructuras hegemónicas de producción y distribución televisiva y cinematográfica, un fenómeno comunicativo que se ha mantenido en el tiempo y guarda *parentesco* con la comunicación alternativa y popular. Dos eventos son, actualmente, característicos de ese fenómeno en el ámbito nacional: el Festival Internacional de Cine y Video Alternativo y Comunitario *Ojo al Sancocho*, realizado en Bogotá, y el Festival Nacional de Cine y Video Comunitario, realizado en Cali. Ambos han permitido el encuentro y la visibilización del tipo de organizaciones y experiencias audiovisuales que nos interesan³⁸. A pesar de su fuerza actual, sorprende la escasa bibliografía dedicada a este fenómeno en particular. En nuestras consultas solo identificamos tres investigaciones: el informe de *Imágenes & Imaginarios* (2008), realizada por Códice Comunicaciones³⁹; el libro *Lo que le vamos quitando a la guerra: medios ciudadanos en contextos de conflicto armado* (2008),

³⁶ Véase en: www.caraysenal.agenciapulsar.org/o.php?cys=3&s=4&n=3.

³⁷ Dentro de los documentos posibles de rastrear en la web de la Comisión no encontramos estudios sobre el funcionamiento de los canales comunitarios, ni sobre sus dinámicas de producción o el impacto en las comunidades.

³⁸ Además de estos dos festivales, es preciso mencionar un evento que también ha permitido visibilizar este tipo de experiencias; se trata del Premio de Periodismo Semana-Petrobras *El país contado desde las regiones* que incluye en sus categorías la de Mejor Medio Comunitario. Ha sido otorgado en tres de las cuatro versiones a organizaciones sociales que tienen dentro de sus líneas estratégicas de trabajo la práctica del video: en 2007 al Tejido de Comunicación de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca; en 2008, al Colectivo de Medios Alternativos de Jóvenes del Distrito de Aguablanca; y en 2010 a Sueños Films. En 2009 fue otorgada a la emisora radial indígena Pel Sxa'm.

³⁹ Entre los años 2007 y 2008, en asocio con la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia, se desarrolló este proyecto de investigación que incluyó el estudio de organizaciones audiovisuales de las ciudades de Cali y Buenaventura (Valle del Cauca).

editado por Clemencia Rodríguez; y el trabajo de grado de María José Román, *Video comuna: política desde el audiovisual alternativo y comunitario* (2009). Estos trabajos mapean la diversidad de organizaciones⁴⁰ que desarrollan “prácticas audiovisuales que se sustraen de las lógicas de reproducción de la realidad propia de los medios hegemónicos de comunicación, y que en cambio tienen la potencia de producir otras realidades”, como afirma María José Román. Queremos indicar rápidamente algunas de las organizaciones que han participado en los eventos mencionados. Estas tienen en común el desarrollo de diversidad de actividades audiovisuales: formación de públicos, capacitación y producción, además de vincular a su trabajo modos y medios de comunicación distintos al video. Se trata de experiencias localizadas en los barrios populares de los principales centros urbanos del país (Bogotá, Medellín y Cali), pero también en zonas rurales:

- Escuela Audiovisual Infantil de Belén de los Andaquíes (Caquetá): dirigida a niños de esta pequeña población. Surge en el año 2006 con el lema “Sin historia no hay cámara”. El trabajo de formación para niños no solo incluye enseñarles a grabar sino a editar y montar sus videos en el blog de la organización.
- Colectivo de Comunicación de Montes de María (Bolívar): iniciada en 1994; utiliza tanto el video, como la radio, los impresos e Internet para generar procesos comunicativos que fortalezcan la participación. Cuenta con un canal de televisión llamado Línea 21, una escuela audiovisual y el cineclub itinerante La Rosa Púrpura del Cairo. En 2010 lanzaron el primer Festival Audiovisual de los Montes de María - Versiones de la Memoria.

⁴⁰ Paralela a nuestra investigación se desarrolló la titulada *Los usos del audiovisual en el Caribe colombiano. Relato desde las organizaciones, los realizadores y los colectivos*, en la que se rastrearon 147 experiencias que trabajan con el audiovisual en esa región del país.

- Formato 19k (Bogotá): creada en 2005 por jóvenes de Ciudad Bolívar, un sector periférico de la capital de Colombia. Ha desarrollado la Escuela Audiovisual impartiendo talleres, sobre todo, para niños.
- Sueños Films (Bogotá): reconocida por ser la organizadora del Festival Internacional de Cine y Video Alternativo y Comunitario *Ojo al Sancocho* que se realiza desde 2008. También está ubicada en Ciudad Bolívar y desde 2005 ha impulsado la Escuela de Investigación Eko-Audiovisual. A principios de 2011 emprendió la creación de la Escuela Popular de Cine y Video Comunitario.
- Full Producciones (Medellín): integra la Red de Comunicaciones de la Comuna 13 que se compone, además, de los periódicos Signos desde La 13 y Contá Contá, el canal Comuna 13 Televisión y la emisora virtual Enlace Estéreo. Este colectivo, que opera desde el año 2007, ha creado dos semilleros de comunicación: uno para niños (Fulleritos) y otro para jóvenes (Full Revolution). En 2010 realizó la primera Muestra Audiovisual Comuna 13 - La Otra Historia.
- Cine Pa'l Barrio (Cali): desde 2006, junto a la Fundación Naccederos, el colectivo realiza proyecciones en los barrios del Distrito de Aguablanca. Con sus actividades ha posibilitado crear nuevos espacios de socialización para niños y jóvenes, así como generar reflexiones sobre problemáticas de estos barrios.

El país está en deuda con el estudio de estas prácticas de comunicación asociadas con el video, que tienen un alto nivel de participación de sus comunidades y va más allá de la representación que hacen de sí mismas con el audiovisual. Estas experiencias han generado procesos educativos, de movilización social, resistencia cultural

y construcción de la memoria de sus territorios y sus gentes. Esta investigación es un esfuerzo que se suma a los pocos existentes para documentar un campo de la comunicación y la cultura colombiana: un pequeño mapa de prácticas, procesos y sentidos audiovisuales en el suroccidente colombiano.

**PÁGINA EN BLANCO
EN LA EDICIÓN IMPRESA**

3. Ocho experiencias de *Imagen-política*

Lo que sigue es un ejercicio de documentación de ocho experiencias de apropiación colectiva de tecnologías audiovisuales. La elección de esta pequeña muestra tomó como base los resultados obtenidos en el Inventario y la Encuesta de Organizaciones Audiovisuales del suroccidente Colombiano¹.

Organización	Municipio	Departamento
Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca	Santander de Quilichao	Cauca
Corpoimagen: Corporación Cultural y Audiovisual de Sucre	Sucre	Cauca
El Medio: Corporación Audiovisual de Nariño	Pasto	Nariño
Gufilms	Villapaz	Valle del Cauca
Yubarta Televisión	Buenaventura	Valle del Cauca
Colectivo Mejoda: Asociación Colectivo de Medios Alternativos de Jóvenes del Distrito de Aguablanca	Cali	Valle del Cauca
Fundación Casa Occio	Cali	Valle del Cauca
Fundación Mujer, Arte y Vida (MAVI)	Cali	Valle del Cauca

¹ Para ver en detalle la metodología de esta investigación puede consultar la página web: www.videocomunidad.univalle.edu.co.

Para hacer la selección anterior se tuvieron en cuenta varios criterios que buscaron dar a la muestra la mayor representatividad posible:

- Departamento: Nariño, Cauca y Valle del Cauca.
- Tipo de asentamiento humano: urbano y rural.
- Perfil étnico predominante de la comunidad: población afrodescendiente, indígena y mestiza.
- Modalidad de actividad audiovisual: realización, formación, exhibición, etc.

El estudio de las experiencias de apropiación de tecnologías audiovisuales de estas organizaciones se hizo acudiendo a técnicas de investigación propias de la etnografía: la entrevista semiestructurada en profundidad (*conversación*, en clave etnográfica), la observación en campo de las dinámicas cotidianas de las organizaciones y el análisis de los materiales audiovisuales producidos por estas. Nuestra atención se centró en tres ejes, haciendo mayor acento en alguno(s) de acuerdo con la dinámica de trabajo junto a cada organización:

a) Las organizaciones sociales: en este eje buscamos dar cuenta de los usos de las tecnologías audiovisuales en el contexto de la cultura que las apropia, para lo cual es importante, primero, poder responder la pregunta acerca de cuáles son los procesos históricos/culturales/políticos gracias a los cuales tuvieron lugar la formación y el desarrollo de las organizaciones (factores de surgimiento y de continuidad). Con esto, buscamos identificar las trayectorias colectivas de las organizaciones y las trayectorias individuales de algunos de sus miembros (lo que incluye su relación previa y actual con medios y bienes simbólicos). El resultado de esta labor es captar los rasgos de identidad que cada organización busca forjar y proyectar en su entorno. Tanto como la identidad, nos interesa captar un proceso análogo que denominamos *alteridad colectiva*, esto es, identificar los discursos y prácticas en los que se representa *al otro* (aquel por fuera de la organización y/o de la comunidad a la que esta pertenece) como contrario, como “ene-

migo” o, en todo caso, como anti-referente. Así, importa conocer en qué *luchas de representación simbólica y/o materiales* las organizaciones se inscriben consciente o inconscientemente. Buscar dar cuenta de la identidad de las organizaciones implica, de un lado, identificar sus objetivos, metas y sueños colectivos, indagando en las razones que las llevan a plantearse estos y en la manera de alcanzarlos (modelos de organización y de trabajo, estrategias de financiación, etc.); y, de otro lado, la división del trabajo (grado de especialización de roles, ideologías profesionales, etc.) y las relaciones de poder dentro de organizaciones (distribución de la participación en la toma de decisiones, unidad o dispersión de criterios, autonomía y/o subordinación, etc.). Finalmente, hizo parte de este eje de análisis, lograr describir la relación que las organizaciones establecen con su entorno y más precisamente su capacidad de construir alianzas con otros colectivos e instituciones, capitalizando (o no) las dinámicas socioeconómicas, políticas y culturales de orden local, regional, nacional y/o global.

b) Los procesos de apropiación tecnológica: en este eje de análisis perseguimos documentar los procesos históricos por los cuales las organizaciones llegaron a apropiarse de las tecnologías audiovisuales y de comunicación en general. *Grosso modo*, con esto buscamos responder las preguntas sobre cómo y por qué decidieron valerse de estas tecnologías como herramienta de trabajo y qué antecedentes es posible rastrear de su relación con otras modalidades de imagen como la fotografía, la pintura, el dibujo, etc. Habiendo reconocido estos procesos, nuestra tarea fue captar las funciones y los significados que las organizaciones atribuyen a las tecnologías de comunicación y en especial a las audiovisuales.

c) Los usos audiovisuales: nos interesan en este eje de análisis varios aspectos de las organizaciones directamente ligados a las tecnologías audiovisuales: primero, las modalidades implementadas de actividad audiovisual (producción, exhibición, formación, archivo, análisis, etc.); segundo, los temas tratados en las actividades audiovi-

suales y su relación con los conflictos, dificultades y asuntos propios del contexto en el que actúan, y las formas en que estos son puestos en diálogo con ámbitos más amplios (regionales, nacionales y/o globales); tercero, los géneros (documental, argumental, etc.) y formatos (magazín, noticias, etc.) usados en sus actividades; cuarto, los modos de circulación de los materiales audiovisuales (producidos o no por las organizaciones) y la relación con sus públicos; y, por último, la percepción de estos colectivos sobre las políticas estatales en materia audiovisual.

Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida de la Asociación de Cabidos Indígenas del Norte del Cauca²

El Tejido de Comunicación forma parte del movimiento social, tal vez, más importante del país en la actualidad. Este vínculo da forma al Tejido y aunque su trabajo se despliega en el campo de la comunicación es indesligable del conjunto de luchas que asume el movimiento indígena del Cauca: desde la recuperación de tierras y de acceso a otros recursos materiales, pasando por el fortalecimiento de las formas propias de gobierno, hasta el uso del derecho a una palabra y una imagen propias.

La ACÍN y el Tejido

Lo primero a tener en cuenta acerca del Tejido es que constituye una de las expresiones más recientes de un proceso histórico de largo aliento de uso de tecnologías de comunicación, incluido el medio audiovisual, por parte del movimiento indígena del Cauca. De otro lado, este proceso de apropiación tecnológica se inscribe en otro mucho más amplio que, en gran medida, le ha dado forma: la afirmación y fortalecimiento político y cultural de los indígenas del Cauca. El proceso de desarrollo de iniciativas de comunicación mediática es, pues, indesligable del proceso político y cultural indígena y así lo entiende el propio Tejido cuando en los documentos que produce se empeña por definirse a sí mismo: “Entendemos el Tejido como un paso adelante en un proceso en curso”³.

² La investigación que da soporte a estas notas y su redacción estuvieron a cargo de Camilo Aguilera Toro. Este ejercicio se llevó a cabo durante el tercer trimestre de 2009, por lo que se comprenderá que no dé cuenta de las transformaciones, salvo algunas pocas, ocurridas en la organización desde entonces.

³ Véase www.nasaacin.org.

Ya que resulta impropio aislar el Tejido de los procesos indígenas del Cauca, antes de entrar en la descripción de esta experiencia, quisiéramos hacer un ejercicio rápido de revisión de esta historia y de las características del modelo de organización política en el que se inscribe el trabajo de comunicación. Esta historia es concebida por quienes la han forjado como el desarrollo de cuatro etapas históricas: la primera, llamada Resistencia, se extiende desde el momento mismo de la Conquista hasta 1970, año en que se da vida al Consejo Regional Indígena del Cauca/CRIC. La segunda etapa, de 1970 a 1980, corresponde al momento en que tienen lugar los primeros impulsos de la política de recuperación de tierras. A esta etapa se le denomina Tierra y Cultura. La tercera, llamada Autonomía, arranca en el año 1980 y se extiende hasta inicios de 2000 y en ella es fundamental el papel desempeñado en el movimiento por Álvaro Ulcué Chocué, sacerdote católico nasa⁴ que contribuye significativamente al diseño de los llamados Planes Comunitarios o Planes de Vida⁵. Entre otros objetivos, estos planes⁶ se proponen dar solución a problemáticas ál-

⁴ Nasa (o Páez, como le llamaron los españoles en la Conquista) es el pueblo indígena más numeroso del Cauca, incluida la región norte que representa la ACÍN en este departamento. Según el DANE, actualmente los nasa también habitan, en menor medida, en los departamentos del Tolima, Huila, Valle del Cauca, Caquetá, Putumayo, Meta y Amazonas (véase: 190.25.231.237:81/gruposEtnicos/indigenas.phtml). Según datos de esta entidad, en el año 1999 (no hallamos registros más recientes), la población nasa en Colombia sumaba poco menos de 100 mil habitantes (DANE: 1999).

⁵ Los Planes de Vida son “el sueño colectivo y el camino diario para hacerlo realidad” (véase: www.nasaacin.org). Estos obedecen a dos tipos de “principios”: de “Vida” (“espiritualidad, reciprocidad, integralidad y uso respetuoso de la tierra”) y “Organizativos” (“unidad, territorio, cultura y autonomía”) (*Ídem*). La ACÍN, de acuerdo con los resguardos, ha definido siete planes de vida que incluyen programas y proyectos en torno a temas de interés general: salud, educación, economía, medio ambiente, cultura, mujer, juventud, justicia, seguridad, planeación, comunicación, etc.

⁶ En medio de la construcción de los Planes de Vida, el padre Álvaro Ulcué fue asesinado: “Cuando lo asesinan le dan un golpe fuertísimo al proceso pues pierde un respaldo grande y se queda huérfano de alguien que estaba ayudando a construir unidad. Él, como indígena y como sacerdote, construyó el Proyecto Nasa e invirtió la lógica diciendo: ‘Antes que comunistas, liberales o conservadores somos indígenas’. Eso le cuesta la vida pues unificó a los indígenas alrededor de un proyecto propio cuando la tradición era que estaban

gidas que enfrentan las comunidades, para lo cual se juzga necesario fortalecer los modos de gobierno locales, cuya forma institucional es lo que conocemos como cabildos. Estas tres primeras etapas se caracterizan por una lucha que se dirige contra los actores políticos que obstaculizan la realización de las reivindicaciones del movimiento, especialmente el estado colombiano, los partidos políticos tradicionales y los grupos paramilitares y guerrilleros. La cuarta etapa, que comenzó desde inicios de los años 2000, se denomina Alternativa y responde a un contexto político, económico y cultural mucho más complejo con relación a los que enfrentaron las etapas anteriores: aunque perviven los actores políticos antagónicos del movimiento, este entiende que se ha sumado otro mucho más poderoso que hace alianzas con algunos de los ya existentes: las compañías transnacionales. De estas cuatro etapas, es en la cuarta en la que se inscribe, con mayor fuerza, el impulso de iniciativas de comunicación mediática. Manuel Rozental, cofundador del Tejido y exintegrante, entiende esta etapa y su relación con la comunicación de la siguiente manera:

Hay un contexto que cambió a partir de la globalización. En ese contexto se inicia todo el trabajo en el que va quedando claro que aun si se recupera la tierra, resulta que están los paramilitares, las transnacionales, toda la legislación de despojo. Entonces, lo que está pasando allí da lugar a una fase nueva que se conoce como la Fase Alternativa y que es la que se está viviendo ahora, que es la que proyecta el movimiento indígena más allá del territorio y en la que se concibe al indígena no como algo aislado, reivindicativo y distinto, sino como parte de un proceso que se resume en una frase: “Solos no podemos”. Para entonces había arrancado el proceso de los zapatistas en México y es de todos conocido que si ellos no hubieran hecho el trabajo de comunicación que hicieron y de movilización de respaldo de solidaridad internacional, el gobierno mexicano los aplastaba y se acabó. Y ¿qué pasó? Que sin tener contacto directo con los zapatistas ni con otros procesos fue el equivalente de eso en Colombia a partir

sometidos al proyecto de otros” (Manuel Rozental, cofundador y exintegrante del Tejido).

del norte del Cauca, a lo que se le dio nacimiento a comienzos de la década de 2000. En medio de eso nos tocó ponernos a pensar juntos lo que se llamó el Plan Estratégico: el sueño. Entonces nos preguntamos: ‘¿Cuál es el sueño que corresponde a esta etapa? ¿Quién es el enemigo? ¿Cuál es el proyecto agresor? ¿Cómo se debe cambiar el pensamiento en esta etapa?’. Ese trabajo inicial dio origen a un Plan Estratégico de tres puntos (consolidar autonomía, resistir y tejer con otros pueblos y procesos o “hacer minga”) que definió la Fase Alternativa y a partir de allí surgen los tejidos y entre esos tejidos el de Comunicación. La lectura definitiva que se hizo a partir de ese análisis y discusión con todos los sectores indígenas y otros, durante la planeación estratégica, concluyó en lo siguiente: hay dos proyectos completamente incompatibles: el proyecto de muerte, nombre que surge de la observación de que la vida está en riesgo, no solo la de la gente sino la del planeta (los cambios de los ciclos naturales, la imprevisibilidad de los tiempos, los llamados desastres naturales, etc.). Y llegamos a la comprensión de que esa destrucción de la vida y del planeta es consecuencia de un proyecto de codicia, de acumulación, que utiliza tres cosas: la propaganda, el terror y las políticas con el propósito de apropiarse de territorios y del trabajo de la gente para transformar la naturaleza y el trabajo en mercancías y acumular. Es decir, es una lógica que se basa en lo siguiente: tener y acumular como medio para ser o “el que no acumula no existe”. Entonces, “todo lo que exista vale en tanto se convierta en mercancía y sirva para acumular”. Esa es la lógica que lleva a que exista la persecución a los pueblos en el territorio, la existencia de paramilitares, la legislación de despojo, etc. Esas son las expresiones locales y nacionales del proyecto global de muerte que está transformando la vida en basura con un paso intermedio que es la mercancía y el mercado. Para nosotros no se trataba ni se trata de un ataque a un grupo en particular; se trata de señalar la existencia de una lógica que va a matar el planeta y a esa hay que resistirla. Paralela y contraria a esta, hay otra lógica. Si esa lógica es para tener, para acumular, para los pueblos indígenas la lógica es inversa: tener para ser y para un propósito: la vida. La vida no puede ser un medio para ningún otro fin y menos el de la acumulación. La vida es el único fin. Entonces todos los procesos económicos, políticos y sociales de construcción

de riqueza tienen que armonizarse con la vida o si no la destruyen. Esos son los Planes de Vida de los pueblos indígenas que ya existen. Entonces, hay dos proyectos opuestos: el proyecto de muerte y los planes de vida. La conciencia de que existen esas dos cosas da origen a la Fase Alternativa.

Producto del trabajo realizado durante la Fase Alternativa es el modelo de organización actual de ACÍN, del cual forman parte los tejidos⁷. Manuel Rozental los describe de la siguiente manera, al igual que explica la relación que existe entre estos y define el papel que la comunicación cumpliría dentro del movimiento indígena del Cauca:

La tierra es el Tejido Económico-ambiental, es decir, la generación de condiciones materiales para que el proceso tenga éxito. El árbol de vida nasa, el símbolo fundamental del proceso, es lo que le da sentido a ese pueblo, la razón de ser, el sueño; a eso se le llamó Tejido de Pueblo y Cultura y ahí están los programas de mujer, el movimiento juvenil, salud, educación, en suma, los distintos componentes de la construcción de bien-estar y del sueño del pueblo. Una de las manos es la que regula el proceso, que lo armoniza, que es el Tejido de Justicia y Armonía, que son todas las regulaciones y reglamentaciones del derecho propio. La otra mano es, ya que siempre se está bajo una agresión externa hay que defenderse, el Tejido de Defensa de la Vida; allí está, por ejemplo, la Guardia Indígena, la denuncia de violación de derechos humanos, la protección del territorio, etc. Y el agua que recorre y comunica todo esto es el Tejido de Comunicación y Relaciones para la Verdad y la Vida.

⁷ La ACÍN está dotada de dos estructuras: la Política y Operativa. La primera reúne las formas de organización tradicionales: la asamblea comunitaria, los cabildos, la minga y el cuerpo de consejeros. Se trata de instancias de deliberación y decisión en torno a temas de interés común. También forma parte de esta estructura, los Planes de Vida. La segunda estructura está dotada, a su vez, de dos componentes: el político-organizativo, en el cual se reúnen diferentes formas de acción y decisión colectiva (congresos, movilizaciones, proyectos comunitarios, asambleas y juntas directivas); y el componente técnico-operativo, en el que aparece la figura organizativa de los tejidos (véase: www.nasaacin.org).

Aunque la ACÍN surgió en el año 1994, desde entonces teniendo como sede principal la ciudad de Santander de Quilichao, el nacimiento formal de los Tejidos solo tuvo lugar desde 2005, producto de un proceso de re-estructuración interna de la Asociación. A partir de ese momento, el Tejido desarrolló un trabajo de planeación y discusión colectiva que permitió definir su naturaleza en tanto organización, sus principios, objetivos y métodos de trabajo⁸. También durante este proceso se conformaron las áreas de trabajo del Tejido, definidas de acuerdo con los medios que aún hoy utiliza: radio, internet, impresos y video. La radio incluye tres emisoras: Radio Payu'mat, Radio Nasa y Voces de Nuestra Tierra; las dos últimas funcionan desde mucho antes de la conformación del Tejido. La iniciativa en el área de internet se cristaliza en www.nasaacin.org. El área de impresos, tal vez el de producción menos constante, ha consistido en la elaboración de car-

⁸ *Principios*: “- Hacer lo posible: avanzar de manera gradual hacia objetivos y en etapas viables. - Aprender haciendo: desarrollar capacidades y habilidades desde lo operativo. - Incorporar la acción comunicativa al quehacer normal de la organización. - Aprovechar y fortalecer las capacidades existentes. - Planificar, diseñar y gestionar desde la práctica de manera gradual” (véase: www.nasaacin.org). *Objetivos*: “- Preservar y fortalecer los espacios y mecanismos de comunicación dentro del territorio. - Estructurar instancias y mecanismos de comunicación entre los ámbitos local, zonal y externo. - Movilizar recursos para la formación de un equipo de comunicación con amplia participación de las comunidades y de todos los niveles e instancias del proceso indígena” (*Ídem*). *Métodos de trabajo*: - *Los nudos*: “Colectivos definidos dentro del territorio (profesores, guardia indígena, promotores de salud y ambientales, comunicadores, autoridades locales, etc.), como con contrapartes externas como procesos indígenas y populares y organizaciones dedicados a la comunicación que compartan objetivos comunes con el proceso” (*Ídem*). - *Los hilos*: “Mecanismos y estrategias que enlazan a los diferentes nudos, de manera que ‘tocar un nudo haga vibrar toda la red’” (*Ídem*). En este conjunto de mecanismos y estrategias confluyen tanto los modos tradicionales de comunicación interpersonal como las tecnologías de comunicación: “visitas, asambleas, mingas, medios electrónicos, radio, impresos, video-foros, etc.”. - *Los huecos*: Constituyen la operación de “selección de prioridades y traducción, interpretación y priorización temática para el trabajo de la red. Si los huecos son muy grandes, se pasan asuntos críticos sin ser reconocidos o abordados. Si son muy pequeños, se sobrecarga la red con una mezcla de temas prioritarios y de asuntos menores” (*Ídem*).

teles, cartillas y la edición ocasional de la revista *El Carpintero*⁹. El área audiovisual contempla la producción, exhibición y distribución de videos, asunto en el que más adelante centraremos esta descripción¹⁰. No todos estos medios fueron apropiados por el Tejido al mismo tiempo. Inicialmente, el trabajo comenzó con la radio y los impresos y, posteriormente, se asimilaron la informática, la internet y el video.

La definición de las áreas de trabajo implicó, al mismo tiempo, la unificación del Tejido, empeño descrito por uno de sus ex-integrantes como un proceso arduo y colmado de dificultades. Esto, en parte, debido al hecho de que el nacimiento del Tejido ocurre cuando algunos de los medios que actualmente lo conforman funcionaban hace un buen tiempo, como es el caso de las emisoras de radio y de la página web. Estos medios, que trabajaban de manera aislada, ya tenían sus propias dinámicas de trabajo, lo que dificultó su integración. La nueva dinámica de trabajo colectivo que proponía el Tejido generó asperezas entre estos medios: “La página web, por ejemplo, no quería unirse con Radio Payu’mat y esta no podía ver al grupo de la web. A veces, hasta en lo personal se pelaban el diente” (Mauricio Dorado, exintegrante y cofundador del Tejido). Así, el trabajo de quienes estaban al frente del Tejido, especialmente Mauricio Dorado y Manuel Rozental, consistió en persuadir sobre la necesidad de trabajar de manera integrada, proceso que tomó todo el año 2005. En medio de esto, hubo una difi-

⁹ “Cuando hay recursos, este año no ha habido, se han sacado algunas revistas. *El Carpintero* es una revista donde analizamos temas de fondo” (Mauricio Acosta, integrante actual del Tejido y coordinador del área de video).

¹⁰ Para Mauricio Acosta hay medios cuyo impacto sería mayor en la propia comunidad indígena, mientras otros cumplirían un papel mucho más activo por fuera de esta. Él explica esto apelando a lo que serían los rasgos culturales de la comunidad *nasa*: “He visto, desde mi análisis de formación académica (diseño gráfico), que la comunidad *nasa* no se relaciona muy bien con la abstracción. Las cartillas no les llegan tanto como la representación muy figurativa, en este caso las fotografías y más aun el video. Por otro lado, los *nasa* no es una cultura de lectura; es obviamente oral. Por eso la radio y el video son los medios de los que la comunidad más se ha apropiado y cumplen una función mayor para el proceso interno. El internet y los impresos obviamente se piensan más para la visibilización hacia afuera del proceso” (Mauricio Acosta).

cultad adicional relacionada con las amenazas de muerte que recibió, finalizando el año 2005, Manuel Rozental, lo que derivó en un exilio involuntario. Durante el año siguiente, 2006, Mauricio Dorado debió asumir en solitario la tarea de unificación de las áreas de trabajo:

A mí, en todo el año 2006, me tocó crear el Tejido de Comunicación en lo concreto, en el día-a-día, en cómo limábamos esas asperezas, en cómo hacer para que se juntaran, en cómo ir paso por paso. Tocó hacerme el loco con que había conflictos, con que había rencillas y aguantármelas todas, hasta que un día cada uno dijo: “Soy del Tejido de Comunicación”. Ese proceso demoró un año entero. De ahí para adelante, ya con esa convicción, es que el Tejido comienza a dar sus mayores frutos.

La unificación de los medios del Tejido implicó también la diversificación de las competencias comunicativas de todos sus miembros:

En un principio el Tejido se originó pensando desde cada área de trabajo por separado. Esto porque la Escuela de Comunicación del Norte del Cauca¹¹ hizo énfasis en hacer evidente esa separación entre video, radio, impresos y fotografía. Después el trabajo aquí interno nos hizo comprender que necesitábamos todos trabajar en todas las áreas. Antes el de video iba solo a grabar; ahora lleva su cámara y una grabadora y sabe que también tiene que escribir la nota para que salga en internet (Mauricio Acosta)¹².

El Tejido lo integran quince miembros, de las cuales once trabajan directamente en las áreas de medios (cuatro en video, cuatro en radio y tres en internet) y los cuatro restantes en labores de coordinación general,

¹¹ Experiencia que precede la formación del Tejido y de la que nos ocuparemos más adelante

¹² Además de la unificación del Tejido, esta etapa incluyó, de un lado, el diseño e implementación de estrategias de financiación de las actividades desarrolladas y, de otro, el registro, por medio de los diferentes medios, de las actividades regulares del proceso de movilización indígena y también de los hechos de orden público que afectaran a las comunidades.

tesorería, recepción y seguridad. La mayoría de los miembros del Tejido es joven: el menor cuenta con 22 años y el mayor con 51, siendo el promedio de edad 27 años. De los quince miembros, cinco son mujeres (una participa del área de video) y el resto son hombres. El Tejido tiene una composición étnica predominantemente indígena: trece se reconocen como nasa, habiendo nacido en diferentes resguardos del norte del Cauca, mientras los dos restantes se identifican como mestizos. En cuanto al nivel de escolaridad, seis de los integrantes del Tejido cuentan con estudios universitarios y los restantes con estudios secundarios. Los dos miembros que se identifican como mestizos realizaron estudios universitarios y uno de ellos estudios de postgrado.

Las raíces del Tejido

El Tejido es producto de un proceso de largo aliento de apropiación de tecnologías de comunicación por parte de las comunidades indígenas del Cauca. Cuando se indaga en sus integrantes y exintegrantes acerca de los orígenes de este, algunos se remontan veinte años atrás, en el momento en que los Planes de Vida de cada resguardo, especialmente los de procesos políticos más maduros, incluyeron programas o comités de comunicación como parte de su realización. El Proyecto de Vida del Resguardo de Jambaló, llamado Proyecto Global, por ejemplo, se formuló e inició su ejecución en 1987 y dos años más tarde se conformó su comité de comunicación. Inicialmente, las labores de este comité se ligaban exclusivamente a las asambleas, teniendo a cargo la elaboración y publicación de un boletín informativo que recogía los resultados de estas reuniones, celebradas cada tres meses, y el registro fotográfico de las mismas. También hacían parte del trabajo de este comité la elaboración de carteleras y pasacalles que anunciaban en las diferentes veredas del Resguardo la celebración de las asambleas. Los boletines informativos recogían en palabras e imágenes (dibujos) las memorias de estos eventos. Del boletín se conservan alrededor de cien ediciones, número que corresponde a igual número de asambleas del Proyecto Global.

Otro hito histórico del proceso de apropiación de tecnologías de comunicación que destacan los integrantes y exintegrantes del Tejido es el nacimiento, en 1996, de la primera emisora indígena del norte del Cauca, localizada en el Resguardo de Toribío y bautizada Radio Nasa, la que hace parte de la ejecución del Proyecto Nasa, Plan de Vida de resguardo en cuestión. Un año más tarde, en 1997, se creó en el Resguardo de Jambaló la segunda emisora indígena del norte del Cauca, Voces de Nuestra Tierra. En el primer semestre de 1999, esta emisora realizó una serie de programas que recogía la historia nasa en el siglo xx, experiencia de la que participaron 35 jóvenes de diferentes resguardos del norte del Cauca¹³. Finalizada esta experiencia radiofónica y después de algunas capacitaciones que el Comité de Comunicación del Proyecto Global recibió de especialistas externos que simpatizaban con el movimiento indígena, se decidió emprender la iniciativa de conformación de la Escuela de Comunicación del Norte del Cauca. Esta nació con el objetivo expreso de “fortalecer los medios de comunicación y los comités de comunicación que ya existían en los cabildos” (Mauricio Dorado); comenzó convocando, por medio del Movimiento Juvenil Álvaro Ulcué, a todos los resguardos que contaran con comités o programas de comunicación. La mayoría de personas que ingresó a la Escuela pertenecía a este movimiento, el cual tenía presencia en los diferentes resguardos del norte del Cauca. La primera etapa de la Escuela comprendió todo el segundo semestre del año 1999 y capacitó a 105 personas. El proceso de formación incluyó dos componentes curriculares: uno, dirigido a la totalidad del grupo de educandos, contemplaba el análisis de los contextos político,

¹³ Esta serie radiofónica hizo parte del desarrollo de la Cátedra Nasa-Unesco, cuyo objetivo fue hacer memoria de la historia de la cultura nasa durante el siglo XX. Además de los programas de radio, en esta experiencia se produjo el documental *Chumbe toribiano*, se publicó una serie de cuadernillos y se elaboraron pasacalles que recogían la historia nasa mediante el uso de la palabra y de dibujos como los que aparecen en los chumbes. Los cuadernillos y pasacalles narraban diez a quince años de esta historia y circulaban por los distintos resguardos del norte del Cauca.

económico y cultural del pueblo nasa y del movimiento indígena del Cauca, mientras el otro componente comprendía la enseñanza de técnicas, por grupos de educandos conformados según sus afinidades, en tres medios: radio, video/fotografía y medios impresos. Del primer componente estaban a cargo líderes políticos indígenas y representantes de la Iglesia Católica que venían participando del proceso indígena del norte del Cauca¹⁴. Del segundo componente participaron tanto capacitadores pertenecientes al proceso indígena como ajenos a este. Acerca del currículo de la Escuela, Mauricio Dorado comenta: “Desde el principio sabíamos que tenía que ser así: formación política y formación en comunicación. En esta última sabíamos que era importante tanto la parte conceptual como la de técnicas y de prácticas de comunicación con equipos. Debía tener los dos componentes. Para nosotros, eso era casi una regla”. El título otorgado por la Escuela a sus egresados fue el de Comunicadores Comunitarios. La coordinación general de la Escuela estuvo a cargo de uno de sus gestores, Mauricio Dorado¹⁵, para entonces vinculado al Movimiento Juvenil Álvaro Ulcué Chocué, movimiento que, a su vez, ha tenido desde su conformación relación estrecha con las parroquias católicas que trabajan en la zona. El desarrollo creciente de la comunicación gracias a los medios supone, de algu-

¹⁴ En los testimonios recogidos se mencionan algunas organizaciones católicas que han apoyado en diferentes momentos y modos al movimiento indígena del Cauca. Por ejemplo, parte de la primera versión de la Escuela de Comunicación del Norte del Cauca fue financiada con recursos de la organización católica Populum Progreso, gestionados por el Cabildo de Jambaló por intermedio de su parroquia. Adicionalmente, “cuando murió el padre Álvaro Ulcué, quienes retomaron sus banderas, defendiendo y respetando lo que se estaba construyendo, fueron los Misioneros de la Consolata, quienes tienen la inteligencia y la sensibilidad de aprovechar el hecho de que vienen de la Iglesia, pero respetando la autonomía de los pueblos. Ellos retomaron lo que había planteado Álvaro Ulcué y se dedicaron a trabajar para que se volviera una realidad. Todos los Misioneros de la Consolata que todavía andan por el territorio son cruciales para apoyar que la gente construya el Proyecto Nasa” (Manuel Rozental).

¹⁵ Mauricio Dorado fue, antes de vincularse al desarrollo de la Escuela y a la formación del Tejido, responsable de la coordinación de Voces de Nuestra Tierra, emisora del resguardo de Jambaló.

na manera, el fortalecimiento de la participación de los jóvenes en el movimiento indígena. Aunque en este el Movimiento Juvenil ya desempeñaba un papel importante, con la comunicación mediática parece pasar a ocupar un lugar mucho más notorio:

La convocatoria para hacer parte de la Escuela de Comunicación no fue explícitamente hecha a jóvenes, pero terminaron apareciendo ellos. Tiene algo que ver con que se convocara a través del Movimiento Juvenil, pero aun si no se hubiera hecho, el resultado hubiera sido el mismo. Cuando uno hablaba con muchos mayores decían que ellos sentían el proceso comunitario, que lo valoraban, que daban la vida si era el caso, por ejemplo, por el Proyecto Global, por la autonomía, por la libertad de los pueblos indígenas, pero que ahora había aspectos muy técnicos que ellos no entendían y que entonces había que darle paso a los jóvenes. Y, claro, el hecho de ser la mayor parte de ellos solteros les facilitaba asistir a los talleres (Mauricio Dorado).

Además de la soltería, Mauricio Dorado identifica dos razones más que explicarían el interés de los jóvenes por la Escuela: la primera, el hecho de que estos, durante el proceso de formación escolar, ya habían entrado en contacto con algunas tecnologías de comunicación como los computadores, experiencia ajena a la mayoría de adultos. La segunda: que los jóvenes tendrían cercanía al consumo, mucho más que los adultos, de medios de comunicación convencionales:

Muchos llegaron atraídos por el picante de las emisoras de Cali. Decían: “Yo también quiero ser locutor y hablar como tal locutor”. Algunos llegaron con esa ilusión y la Escuela les bajó esa ilusión. Entonces después decían: “No era eso a lo que veníamos. ¡Es a otra cosa a la que venimos!”. El hecho de llevar la semilla nasa y del proceso comunitario hizo que ellos no se retiraran, sino que, al

contrario, cogieran más fuerza; fue una ilusión que se ahogó para que nacieran muchas otras (Mauricio Dorado)¹⁶.

Como decíamos antes, la Escuela de Comunicación del Norte del Cauca finalizó actividades en el año 2002¹⁷. Ocho años después, en 2010, se lanzó la segunda promoción de la Escuela, proceso gestionado por el propio Tejido. A diferencia de la convocatoria pasada, esta fue hecha en el territorio nacional, vinculando representantes de otros movimientos sociales y de comunicación de algunas zonas del país. Aunque la mayoría del grupo de estudiantes, alrededor de ochenta, correspondió a población indígena del Cauca, también formaron parte de la Escuela personas de Casanare, Medellín, Bogotá y de poblaciones negras del noroccidente del Cauca, etc. Esta nueva versión de la Escuela se llevó a cabo con la programación de ocho encuentros, cada uno de una semana de duración, en los que, como en la escuela pasada, se impartieron a los estudiantes talleres de formación política y de comunicación. En cuanto a esta última, difiere de la Escuela anterior, en cuanto los estudiantes cursaron todos los talleres sobre manejo de lenguajes y medios de comunicación: escritura, impresos, fotografía, video, radio, informática, internet, etc. Como el Tejido lo plantea, el objetivo es formar comunicadores con competencias diversificadas.

¹⁶ Otra razón que para Mauricio Dorado explica el hecho de que los jóvenes se hayan involucrado mucho más que los adultos en la Escuela es el aumento de la participación de los jóvenes en el movimiento indígena nasa: “En el norte del Cauca, el proceso, al menos en los años noventa, fue muy accesible a los jóvenes. De un tiempo hacia acá, son ellos quienes más participan en las asambleas. Antes eran solo los mayores y adultos. Ahora la mayor parte de una asamblea es juvenil. El proceso se enfocó mucho hacia ellos como el futuro, como los que iban a conservar y a fortalecer lo que los mayores habían construido”.

¹⁷ Además de las experiencias de comunicación mencionadas, también vale la pena destacar como antecedente del Tejido, la Fundación Sol y Tierra, organización no gubernamental con sede en la ciudad de Popayán que, desde los años ochenta, realizó video indígena.

Agenda temática, dinámicas de trabajo y formas de financiación

Tanto en los testimonios recogidos como en el material audiovisual producido es posible verificar dos líneas temáticas preponderantes. De un lado, temas prioritarios que hacen parte permanente de la agenda política y económica del movimiento indígena:

Nosotros formulamos temas de fondo, de actualidad. Por ejemplo: minería, Tratado de Libre Comercio, Plan Departamental de Aguas del Cauca, etc. Alrededor de esos temas, primero, nos capacitamos, reflexionamos y analizamos leyes, estatutos, noticias internacionales y nacionales que nos ayuden a tener un panorama amplio del tema. Esos temas principalmente giran alrededor del modelo económico. En medio de eso, nosotros obviamente tenemos que funcionar con las dinámicas diarias, los hechos particulares que suceden en los resguardos y que, si los recursos económicos lo permiten, hay que ir a cubrir. Por ejemplo: este domingo que va a haber una marcha entre El Palo y Toribío de parte de la Guardia Indígena. La Guardia va a ir casa por casa dando a conocer el proceso organizativo y para ver la cuestión de la defensa de la vida. Entonces nosotros vamos y acompañamos eso. Lo mismo sucedió hace una semana que hubo una minga juvenil: alrededor de unos 300 jóvenes acompañados por autoridades recorrieron todo el Resguardo de Corinto, vereda por vereda, conociendo la situación de derechos humanos, de la integración de los cabildos con la comunidad, etc. Ese tipo de hechos nosotros los cubrimos (Mauricio Acosta).

En el segundo tipo de asuntos, el relativo a las “dinámicas diarias” del proceso político nasa, es posible inscribir los efectos del conflicto armado en la región: “Hay otros temas relacionados con el conflicto armado como el asesinato de comuneros o los hostigamientos armados en algunas zonas. Esos hechos también los cubrimos” (*Ídem*)¹⁸.

¹⁸ Aunque, como vemos, la agenda temática está determinada, estructural y coyunturalmente, por el proceso indígena, esto no excluye el deseo en algunos miembros del Tejido de poder trabajar con temas dis-

Además de la agenda de temas, los testimonios permiten reconocer algunos elementos de la dinámica de trabajo del Tejido. En esta se destaca la relación entre procesos de producción mediática (elaboración técnica del material comunicativo) y procesos de documentación y análisis de los hechos y temas abordados, siendo que estos preceden a aquellos. Otro elemento central en el método de trabajo es la toma de decisiones sobre la base de la discusión colectiva y el consenso. Aunque la, por momentos, vertiginosa dinámica de trabajo lo impida, los miembros del Tejido son enfáticos al asegurar que las decisiones deben contemplar el punto de vista y la participación de la totalidad de los miembros del colectivo. En este caso, es posible verificar que las dinámicas de trabajo en materia de comunicación tienden a reproducir las dinámicas de trabajo del movimiento indígena nasa en general. La participación como mecanismo de acción política y organizativa es especialmente evidente en las ya referidas asambleas generales, en las que, de acuerdo con el nivel de convocatoria y según los datos ofrecidos por la ACÍN, pueden alcanzar los quince mil asistentes, cada uno de los cuales tiene derecho a voz y a voto.

Otro elemento del método de trabajo que también tiene que ver con la toma de decisiones es la autonomía del mismo. Si bien, como hemos visto, hay un claro empalme entre los propósitos del Tejido y los de la ACÍN y el movimiento indígena del Cauca en general, sus miembros son enfáticos en cuanto a la autonomía como criterio de trabajo:

Aquí no hay esa estructura jerárquica según la cual la Consejería decide, esta decisión se la pasa a los coordinadores y nosotros la ejecutamos. Para nosotros la principal fuente de liderazgo que nos da los criterios es la comunidad y, por lo tanto, es la Asamblea Comunitaria la que nos direcciona políticamente. Eso es lo que más nos distingue de una agencia de prensa, de un medio de comu-

tintos. Tal es el caso de Édgar Yatacué y Harold Secué, respectivamente camarógrafo y editor de video del Tejido, para quienes, a pesar de concebir su trabajo en función de la agenda del movimiento indígena, sería importante incluir nuevos temas como las tradiciones y valores culturales nasa.

nicación tradicional, y es que nosotros no estamos en función de quienes están en la dirigencia; estamos en función de la comunidad. Ha habido casos en que algunos líderes no siguen los criterios que ha dado la comunidad en la Asamblea Comunitaria. Y doy un ejemplo: sobre el Plan de Aguas del Cauca, la comunidad dijo que no lo aceptaba y por acá un líder dijo que sí. Nosotros no vamos a seguir la idea de ese líder porque está en ese cargo. Nosotros entramos a cuestionar. Como comunicadores creemos que esa es nuestra función: sopesar toda la información para que la comunidad decida. De cualquier forma, la Consejería y las autoridades de la ACÍN son un apoyo que nos acompaña, que nos ayuda en las decisiones tanto políticas como comunicativas. Nosotros no nos las sabemos todas, entonces la Consejería en ciertos momentos nos puede dar el apoyo político para tomar decisiones, pero no son los que dan las órdenes o marcan el sendero por donde hay que caminar (Mauricio Acosta).

Consultado sobre este punto, Harold Secué destaca la autonomía del Tejido como criterio de trabajo, enfatizando en el compromiso que este debe tener, ante todo, con las necesidades y aspiraciones de la población indígena: “Las personas del Tejido tenemos un compromiso enorme, principalmente, con la comunidad. El Tejido es la voz de la comunidad”.

En cuanto al modo en que son financiadas las actividades del Tejido, se trata de una estrategia que vincula varias fuentes de recursos económicos. Caracteriza a muchas de estas su carácter solidario, sin el cual difícilmente tendría lugar el Tejido. Según los testimonios colectados, se identificaron siete tipos de fuentes:

- “La comunidad nasa del norte del Cauca”, con “apoyo logístico y económico mediante mingas y eventos” (Mauricio Acosta).

- Los cabildos del norte del Cauca: por acuerdo comunitario se determinó que 2% de los recursos financieros que reciben los cabildos provenientes de la Ley Nacional de Transferencia se destinaría al Tejido de Comunicación. Tal acuerdo, según los testimonios recogidos, no ha sido cumplido por la totalidad de los cabildos.
- El trabajo semivoluntario que realizan los integrantes del Tejido: Este no se lleva a cabo en contraprestación de salario, aunque sí de bonificaciones cuyo monto y frecuencia son inestables, estando supeditadas a la disponibilidad de recursos financieros. Esta modalidad de trabajo solidario explica en parte que el Tejido invierta presupuestos tan exigüos para la producción audiovisual. El presupuesto del documental *Pa' poder que nos den tierra*, por ejemplo, no superó los sesenta mil pesos y fue realizado con el apoyo permanente de las comunidades de los diferentes resguardos en donde se rodó:

A pesar de que suene increíble, *Pa' poder que nos den tierra* se grabó con apenas diez casetes y la edición se hizo en una semana. Salíamos desde aquí de Santander de Quilichao en chiva y en los lugares de grabación uno comía en la comunidad. El transporte y la alimentación no nos costaron nada. Los casetes eran regrabados. Así se hizo también *Somos Alzados en bastones de mando* (Ídem).

- La venta de productos, principalmente copias del material audiovisual del que dispone la Videoteca del Tejido (de la que hablaremos más adelante).
- La venta de servicios ligados a la producción audiovisual y de impresos como carteles y cartillas para escuelas y colegios. Internet aún no ha sido utilizado como medio de financiación

directa. Lo contrario ocurre con las áreas de radio, impresos y video, medios que, valiéndose de estrategias diferenciadas, reportan ingresos económicos al Tejido.

- La venta de pauta publicitaria radial: al referirse a esta estrategia de financiación, algunos integrantes del Tejido hablan de la necesidad de una *ética* en la elección de los anunciantes: “En radio no se hace publicidad a empresas. Aquí han venido empresas como Manuelita, Postobón, Coca Cola. Con ellos nosotros no aceptamos publicidad, pero sí aceptamos patrocinio de las tiendas, graneros, de gente que manda sus avisos, etc. A ese tipo de cosas sí le damos un sentido comunitario” (*Ídem*).
- Recursos captados de entidades estatales y privadas mediante convenios o concursos de estímulos económicos: aquí cabe mencionar que el propio Ministerio de Cultura de Colombia ha asignado becas de estímulos para la realización de proyectos ligados a la gestión del acervo audiovisual del Tejido.

Comunicar para resistir

Es unánime el énfasis dado a la comunicación como un trabajo integral: “Lo importante es concebir la comunicación como un todo desde sus medios particulares” (*Ídem*). El Tejido inscribe la actividad de cualquier área como parte de una estrategia de comunicación más amplia que definiría la propia razón de ser de la organización; de allí que cuando esta diligenció la Encuesta de Organizaciones Audiovisuales realizada a propósito de esta investigación, advirtieran que:

Aunque lo mencionado en esta encuesta hace referencia solo al medio audiovisual, el Tejido de Comunicación trabaja en otros medios como son el radial, el impreso y el virtual. No se puede mencionar aisladamente una estrategia de comunicación en un medio sin incluir a los otros, por ello lo mencionado en esta encuesta aplica únicamente a la misma y no representa el sentir del trabajo del Tejido.

En suma y de acuerdo con las fuentes consultadas, la concepción integral de la comunicación se expresaría en al menos tres sentidos: primero, porque el Tejido trabaja con diversidad de medios y estos se conciben vinculados estrechamente a las formas tradicionales de comunicación interpersonal y grupal (asambleas, mingas, etc.); un ejemplo de esto es lo que el Tejido denomina video-foros, modalidad de trabajo que consiste en la proyección, en el marco de asambleas o mingas, de material audiovisual producido o no por el Tejido, previa y posterior realización de conversatorios sobre los temas abordados en el material audiovisual (sobre los video-foros volveremos más adelante); segundo, en tanto es posible que algunos de los medios utilizados confluyan en uno solo, como es el caso de internet, en el que ponen a disposición de los usuarios no solo los textos y fotografías, sino también fragmentos de los programas de radio y de video producidos por el Tejido. Por último, en tanto se busca que todos los integrantes del Tejido desarrollen competencias y asuman responsabilidades en el manejo de todos los medios, aunque esto no excluya el énfasis en el manejo de algunos de estos. Durante esta investigación acompañamos la cobertura que el Tejido hizo de la Audiencia Pública celebrada en la Vereda de Vitoyó, del Resguardo de Caloto, a propósito del pronunciamiento de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, en el que se responsabilizó al estado colombiano, puntualmente al Ejército Nacional, del asesinato de Germán Escué, presidente de la Junta de Acción Comunal de la vereda en mención, ocurrido en 1988. Haber acompañado este evento permitió conocer de cerca las dinámicas de trabajo del Tejido. A este asistieron dos de sus miembros, uno del área de radio, Emilio Basto, y uno del de video, Édgar Yatacué. Emilio y Édgar cumplieron básicamente dos labores: de un lado, hacer un registro en audio y video de los diversos puntos que conformaron la agenda de la Audiencia; de otro lado, la realización de entrevistas a algunos de los líderes indígenas presentes. Además de estos roles, propios de cualquier actividad periodística convencional, dos cosas llamaron la atención sobre la dinámica de trabajo del Tejido en este tipo de eventos: de un lado, el hecho de que la cámara, principalmente

operada por Édgar, pasaba a manos de Emilio si este ocupaba un punto de vista más privilegiado o si Édgar debía atender otro menester. Esto confirmaría la formación integral de los miembros del Tejido o, al menos, el desarrollo en ellos de competencias en más de un área de trabajo. El segundo aspecto significativo es el papel desempeñado por Emilio como animador de la agenda *lúdica* de la Audiencia; es decir, además de oficiar como reportero, lo hizo también como presentador de los grupos musicales y de danza que hicieron parte de la Audiencia. Emilio es uno de los locutores de Radio Payu'mat y su voz es reconocida por muchos miembros de la comunidad nasa, lo que parecía ser, además de sus talentos oratorios, condición necesaria para desempeñar tal rol. La importancia de esta anécdota es que pareciera revelar la ausencia de cierta ideología profesional, mayormente acentuada en medios de comunicación convencionales, según la cual el comunicador debe guardar distancia respecto del acontecimiento del que da cuenta. En este caso, observador y participante se imbrican, haciendo de la comunicación un ejercicio despojado de cierto ánimo objetivista.

Además de la visión integral, otro elemento clave de la concepción de comunicación en esta organización se refleja en su denominación completa: Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida. Como en este nombre, en los testimonios se reitera la atribución de ciertas funciones a la comunicación, apareciendo siempre definida con relación a ciertos valores (verdad, vida) o a ciertos objetivos (Planes de Vidas, resistencia, etc.). Jamás la comunicación aparece presentada como fin en sí mismo; lo es siempre como medio, como instrumento de algo:

Casi todas las escuelas de comunicación enseñan *el cómo*: cómo hacer la noticia, cómo hacer el video, etc., pero no *el por qué* ni *el para qué*. Eso lo dejan para que cada uno se lo rebusque y entonces cuando un joven a los 23 años se gradúa de comunicación, sale a buscar empleo y empieza a servirle a quien le contrate, pero no le sirve a una propuesta de un país distinto o de otro mundo distinto (Mauricio Dorado).

Harold Secué también destaca el papel político que debe cumplir el trabajo desarrollado por el Tejido: “Movilizar a través de la información e informar para que la gente decida”. Esta concepción de la comunicación también aparece cuando los integrantes del Tejido se refieren a las muestras y festivales en que sus videos han participado:

Esas participaciones no han sido tan significativas porque se han dado en eventos de video y no en eventos sobre procesos comunicativos y sobre medios comunitarios. Por ejemplo: la convocatoria del Festival Nacional de Cine y Video Comunitario de Cali, el que realiza Mejoda, fue enfocada hacia el video, cuando lo importante era generar conciencia comunitaria. Nuestro interés es comunicar para resistir (Mauricio Acosta).

Como es posible notar, Mauricio afirma la *resistencia* y la *conciencia comunitaria* como las razones de ser de la comunicación y por ello cuestiona a los documentalistas ajenos al movimiento que eluden en sus trabajos audiovisuales la dimensión política del mismo:

Creo que muchos documentalistas han cometido el error de descuidar la parte política y solamente ser contemplativos; o sea, el error de venir aquí y pensar que la nuestra es una cultura muerta. Aquí llegan documentalistas, ¡cualquier cantidad!, y quieren grabar cómo son los nasa, cómo son sus rituales, qué comen, cómo se visten, y si están en una moto o un carro, pues “mejor no los grabemos; mejor vamos al resguardo a grabar sus vestidos ancestrales; que ojalá no aparezca nada de tecnología”. ¡Cómo si fuéramos culturas muertas! Los medios de comunicación quieren mostrarnos por allá, “los aborígenes”, pero no muestran que somos una cultura con un plan de vida y con una propuesta política, social.

Defender un sentido de la comunicación en la que esta se organiza en función de la política, sin embargo, no excluye en Mauricio Acosta una mirada crítica sobre trabajos audiovisuales producidos por otras instancias del movimiento indígena caucano. Para él, la comunicación para la resistencia no debe reducir el audiovisual a medio de

divulgación del discurso político de líderes y autoridades: “Quienes han estado comprometidos con el contenido político me parece que han cometido muchos errores porque no han sabido llegar a la gente: traducen su discurso político al discurso audiovisual y eso se vuelve una cosa muy agresiva. Para nosotros es importante la gramática”. Así, aunque Mauricio afirme la necesidad de sujetar la comunicación a la *resistencia*, al *proceso*, a la *movilización*, al *Plan de Vida*, no por ello niega la especificidad del lenguaje audiovisual o no niega, al menos, la distancia existente entre este y el lenguaje basado en la palabra oral o escrita; el lenguaje de lo que Mauricio Acosta llama “discurso político”. Un punto de vista similar tiene Harold Secué, cuando compara la concepción de comunicación del Tejido con la de muchas autoridades indígenas: “Muchas veces no entienden que la comunicación va más allá” de ser el vehículo de difusión del discurso político de las autoridades. Significa, entonces, que para el Tejido lo audiovisual implica la exploración formal e impone el diseño de estrategias discursivas que aseguren *llegar a la gente*. Aquí, la forma no parece estar necesariamente subordinada al contenido, pero tal vez sí al punto de vista. Los testimonios que recoge el Tejido para sus documentales expresan con claridad la existencia de un punto de vista que incide en la forma en que el texto audiovisual es construido. En los testimonios parece importar más recoger la perspectiva de las personas corrientes que hacen parte de las movilizaciones y menos la perspectiva de las autoridades y líderes; esto es, más el comentario informal de la masa que el discurso oficial de la dirigencia (sobre este punto volveremos más adelante). Otra decisión acerca del punto de vista que incide en la forma que toman los audiovisuales del Tejido es que en estos suelen primar, antes que el testimonio, las secuencias cuya significación proviene de los cuerpos que aparecen en pantalla, de los indígenas marchando, enfrentando a la policía, arengando, organizándose, etc. Adicionalmente, se renuncia a la voz en *off* y la palabra de quienes realizan el documental suele limitarse a textos breves en pantalla que aparecen al inicio y cuya función es apenas contextual. El caso contrario ocurre con muchos documentales producidos por otras instancias del movimiento indígena, en los que se prioriza la narración en *off* y el uso intensivo de testimonios de autoridades y líderes indígenas.

Mauricio Acosta, en cambio, parece defender un punto de equilibrio entre forma y fondo:

Si se descuida lo uno o lo otro, no funciona, cojea. Saber cómo representar a la comunidad es importantísimo. Yo creo que en los videos nuestros la gente se siente identificada y ese es uno de nuestros principales logros, que la gente se ve reflejada y que fuera del país no nos vean como actores sociales muertos, sino como actores sociales con una propuesta política.

Valorar la forma no significa, sin embargo, cualquier defensa del preciosismo y del *broadcasting* como criterios de realización audiovisual: “Lo que nosotros necesitamos es contar esta realidad, así sea en una cámara Super-VHS [formato de video semiprofesional ya discontinuado], pero que dé testimonio de lo que está pasando aquí. Así se hagan cosas —entre comillas— feas, que se hagan si están en pro del objetivo de la comunicación para la resistencia” (Mauricio Acosta). Otro argumento que invalidaría la opción por el *broadcasting* es la valoración negativa que se hace de la destinación de grandes presupuestos para la realización audiovisual:

Pa’ poder que nos den tierra costó alrededor de sesenta mil pesos; *Somos alzados en bastones de mando*, 150 mil. En cambio, ¡la convocatoria de DocTV en América Latina te da setenta mil dólares! ¡A mí se me hace una cosa increíble! ¡Con ese presupuesto uno haría video aquí durante diez años! ¡Diez años de documentales! Yo estuve dando unos talleres con otras comunidades indígenas y uno se da cuenta de lo que se puede hacer ¡simplemente dejándoles una cámara y un computador! ¡Era increíble el interés por aprender y lo que tenían por contar! (*Ídem*).

En suma, el sentido que el Tejido atribuye a la comunicación audiovisual pasa por el acento dado a la necesidad de vincularla siempre a un propósito, pero pasa, al mismo tiempo, por el reconocimiento de que el lenguaje audiovisual tiene un peso específico y que, por tan-

to, el proceso de creación exige mucho más que simplemente verter el discurso hablado en el soporte audiovisual. Ahora bien, la concepción de comunicación audiovisual del Tejido no se agota en la tensión entre forma y fondo. La constituyen otros elementos, como los que aparecieron cuando se preguntó al Tejido sobre qué diferencia habría entre el audiovisual que ellos realizan y el periodismo televisivo convencional:

Nosotros entendemos las noticias como inmediatez. El video no se piensa con lo inmediato, sino como un producto reflexivo sobre hechos particulares. Aquí el video se concibe como un proceso de comunicación, pero, aunque es necesario reflexionar, también lo es dar cuenta de lo que aquí pasa; no con la inmediatez de un noticiero, pero sí pronto (*Ídem*).

Aquí varios sentidos son asignados al audiovisual: de este se espera que suscite la reflexión, pero también que dé cuenta de la actualidad del proceso y que sirva como medio de denuncia de la situación en los territorios indígenas, especialmente lo relacionado con los efectos del conflicto armado. La definición de comunicación audiovisual se encuentra a medio camino entre la información y la reflexión, entre una visión de la comunicación como actualidad y como memoria/reflexión del proceso político. También en los testimonios de Isadora Cruz (integrante del área de video), Édgar Yatacué y Harold Secué se ponen de manifiesto dos de las funciones reiteradamente atribuidas por el Tejido al video: memoria y denuncia. Para ellos, existe una conexión inmediata entre comunicación y política. También para Mauricio Dorado, este vínculo es estrecho ya desde la etapa de Autonomía, a partir de los años ochenta cuando el movimiento indígena construyó sus Planes de Vida:

El proceso comunitario, desde los Planes de Vida (el Proyecto Global, el Proyecto Nasa, etc.) es un proyecto de comunicación porque antes de estos planes lo que había era incomunicación: una vereda se peleaba con otra vereda, una familia con otra, un resguardo con otro. El Proyecto Nasa es típico de esto: los de Tacueyó se identificaban con los liberales, los de Toribío con los conservadores y los de

San Francisco con el Partido Comunista, y resulta que los tres son el Proyecto Nasa. Con eso nadie construía nada. Entonces lo que hizo el padre Álvaro Ulcué Chocué, que fue el impulsor del Proyecto Nasa, fue romper las barreras que no permitían que la gente se encontrara. Para él, más que pensar en un color político, había que pensar en el futuro de la comunidad, en recuperar las tierras, en crear empresas agropecuarias indígenas, en crear cooperativas, en crear programas familiares y crear grupos juveniles. Igual pasaba en Jambaló: la gente se identificaba no como indígena nasa, sino como campesina. Sin querer decir que lo campesino es negativo, lo cierto es que la gente había perdido su identidad indígena y entonces esta se empieza a recuperar y el hecho de concentrarse en asambleas era dejar de pensar cada uno por su cuenta cómo iba a resolver tal problema para ahora empezar a resolverlo juntos y las asambleas eran el medio de comunicación por excelencia. Siempre hablamos de la radio, de la televisión, pero lo que hizo fuerte el proceso del norte del Cauca fue la Asamblea Comunitaria. Allí cada uno llegaba con un problema que veía que todos lo estaban sufriendo y después, entre todos, empezaban a inventar soluciones. Así fue como nacieron los Planes de Vida, que son como planes de desarrollo. Estos no son ningún invento de la política de descentralización del país porque la gente comenzó desde mucho antes, en Jambaló y Toribío, a hacer planes de desarrollo a partir de ver las necesidades, sistematizarlas y decir: “Este proyecto es el que nos soluciona tal problema, tal necesidad”. La Asamblea Comunitaria fue la universidad de los pobres, fue nuestra escuela política, nuestra escuela de la vida.

Para Mauricio Dorado, la comunicación en tanto forma de encuentro es fundamental inclusive antes de la etapa de Autonomía; ya desde la etapa de Tierra y Cultura, en los años setenta, cuando se presentaron las primera recuperaciones de tierras, habría sido la base de los logros políticos y económicos hoy conquistados:

La comunicación siempre... Incluso con mucha malicia: los líderes que recuperaron la tierra no podían reunirse en el día ni tampoco en sus casas; tenía que ser durante las noches en la orilla de los ríos para que nadie escuchara de lo que estaban hablando. Había

estrategias como el uso de señales con linternas o el uso de perritos que se dejaban amarrados por fuera de las casas para que ladraran cuando alguien llegara y entonces se suspendía la reunión y cada uno a *perderse*.

También en los documentos producidos por la ACÍN, política y comunicación se imbrican. Cuando en estos se define los Planes de Vida, la comunicación ocupa un lugar central:

En esencia, el Plan de Vida del Pueblo Nasa es un proceso de comunicación que se vuelve práctica (caminando la palabra), que se construye a sí mismo en el intercambio permanente de sentidos, sentimientos, ideas y palabras que recogen la experiencia y la conciencia de la realidad. El origen de la comunicación se encuentra en las raíces y prácticas espirituales ancestrales¹⁹.

Desde la perspectiva de la ACÍN y del Tejido, no hay política sin comunicación; no sin *intercambio de sentidos*. Los modos de comunicación (asambleas, mingas, etc.) y tecnologías de comunicación (radio, video, internet, etc.) son medios en que tal intercambio se realiza y cuya integración al proceso político ha sido cada vez mayor. Aunque la comunicación —desde la perspectiva del Tejido— estaría en los orígenes mismos del impulso experimentado por el movimiento indígena caucano desde las últimas cuatro décadas, no así el uso de tecnologías de comunicación, fenómeno que, aunque con antecedentes en la segunda mitad de la década del ochenta, se intensifica con mayor fuerza en los últimos años. La explicación que Manuel Rozental atribuye a esto es que:

Culturalmente los nasa tienen algo que ha sido una de las principales fortalezas para permitirles pervivir y es que se apropian de lo que les sirve para fortalecer lo que son. Es decir, más que un pueblo esencialista que tiene unos principios rigurosos y moralis-

¹⁹ Véase www.nasaacin.org.

tas de lo que es el bien y el mal, es un pueblo muy pragmático y lo que tienen son unos lineamientos no negociables generales. En lo de comunicación queda en evidencia eso. El proceso nasa está vivo porque es, esencialmente, un proceso comunicativo y es comunicativo en el sentido más amplio de la palabra. Es un proceso que se basa en que si uno está bien informado, entonces uno puede hacer una reflexión que se oriente a la decisión y a la acción; es decir, la palabra y la acción en el espíritu de la comunidad. Hay una apropiación de lo de afuera para el propósito de lo propio, que es lo que les permite ser increíblemente flexibles, adaptables casi que a cualquier período histórico, y que les permite pervivir como pueblos y defender su cultura. Es una cultura que es pragmática, que tiene claros sus principios, pero que no es esencialista y no es excluyente; entonces, lo que le sirve lo agarra. Esto desde Juan Tama. Juan Tama les decía a ellos abierta y claramente que no había absolutamente nada que el nasa debiera rechazar, a menos que fuera en contra de sus principios y su ley de origen. Entonces se agarran de la comunicación, se agarran de internet, de lo que sea. El proceso es una esponja: recoge lo que le sirve para ir entendiendo su contexto, se lo apropia y lo va trabajando a su manera.

Materiales y géneros audiovisuales

El Tejido produce variedad de materiales audiovisuales, cada uno de los cuales cumple una función. En nuestras indagaciones, identificamos al menos tres tipos:

- El material que resulta de las innumerables actividades del proceso de movilización indígena que son registradas en video. Estas imágenes son archivadas en la Videoteca del Tejido y sirven de base para la elaboración de:
- Videoclips: denominación dada por el Tejido a piezas audiovisuales no superiores a cinco minutos de duración que dan cuenta de ciertas actividades y temas.

- Documentales o ficciones: este material audiovisual corresponde en gran medida a lo que en el campo audiovisual se conoce como *obra*, aunque no sea este el término que los miembros del Tejido usan para designarlo. Se trata de piezas claramente inscritas dentro de un género audiovisual (documental o argumental), identificados bajo un título, de duración-promedio de treinta minutos y dotados de estructura narrativa y temática en la que es posible reconocer elementos introductorios, de desarrollo y de desenlace. Adicionalmente, se observa en este tipo de material el uso del canon de autoría, esto es, la indicación de los nombres de las personas que participan de la producción de la *obra*²⁰.

El Tejido ha producido cuatro materiales del tipo *obra*: tres documentales (*Pa' poder que nos den tierra*, 2005, 21 minutos; *Somos alzados en bastones de mando*, 2006, 23 minutos; y *El país de los pueblos sin dueño*, 2007, 43 minutos) y la ficción *Todavía hay tiempo* (2007, 26 minutos). Los tres documentales se ocupan del proceso de movilización indígena: *Pa' poder que nos den tierra* da cuenta del proceso de recuperación de la hacienda El Japio (Resguardo de Huellas, Municipio de Caloto), ocurrida entre Octubre y Diciembre del año 2005. Este documental también muestra la respuesta violenta del estado por medio de su fuerza pública y el papel tergiversador de la movilización que desempeñaron los canales de televisión comerciales. Por su lado, *Somos alzados en bastones de mando* registra la Cumbre Nacional Itinerante, ocurrida en Mayo de 2006, cuando comunidades indígenas y otras organizaciones sociales de Colombia reclamaron una consulta nacional frente al TLC y el cumplimiento de acuerdos firmados con el estado hace veinte años. Como el documental anterior, este da cuenta de la agresión del estado, especialmente en el Resguardo La María (Municipio de Piendamó), donde ocurrieron los hechos más

²⁰ Tanto los videoclips como los documentales y ficciones cumplen funciones tanto al interior del proceso indígena (video-foros en asambleas, mingas, etc.) como por fuera de este (internet, festivales, etc.).

violentos. El último documental producido por el Tejido, *El país de los pueblos sin dueños*, registra la Minga Social y Comunitaria iniciada el 11 de Octubre de 2008 en el Cauca y culminada días después en la Plaza de Bolívar de Bogotá, mostrando en detalle el desarrollo de esta movilización y la reacción de la fuerza pública que dejó dos indígenas muertos y 120 heridos. Como es posible notar, los tres documentales se inscriben en la agenda temática que guía el trabajo de todas las áreas del Tejido, lo que constata el empalme entre la actividad audiovisual y parte de los objetivos centrales del movimiento indígena del Cauca. También *Todavía hay tiempo* aborda el asunto del proceso de lucha indígena, aunque esta vez por medio de una ficción que muestra la vida de algunos jóvenes que, en medio de situaciones familiares adversas, se alejan del proceso para optar por las fiestas, los amigos, el licor y los psicoactivos. Se trata de un trabajo de corte ejemplarizante, coproducido por el Movimiento Juvenil del Resguardo de Jambaló, que en su desenlace abre paso a la esperanza y al cambio.

La realización de estos cuatro audiovisuales, ocurrida entre los años 2005 y 2009, marca un impulso del área de video en el Tejido que a su vez —según lo entiende Harold Secué— está ligado al reimpulso que toma dentro del movimiento, por esa misma época, la recuperación de tierras cuya cesión ha venido incumpliendo el estado desde hace muchos años. De allí que, al menos los documentales, aborden, unos con mayor profundidad que otros, el tema de la recuperación de tierras.

Allá estoy yo: los documentales y sus ‘públicos’

Los documentales suelen ser los audiovisuales más recordados por los miembros del Tejido. En algunos de los testimonios acerca de estos documentales, aparecen las reflexiones que los integrantes y exintegrantes del Tejido hacen en torno a su trabajo comunicativo y sobre los efectos que este puede surtir dentro y por fuera de la comunidad:

Proyectar *Somos alzados en bastones de mando* en una asamblea... ¡Uff! ¡La gente cómo se identifica allí! No es un cine-foro donde uno va a enterarse de algo; es una conexión que hace que la gente diga: "Allá estoy yo, mi proceso se está contando y yo he participado de su construcción". Es una conexión muy integral, muy completa, muy fuerte. Sin embargo, es muy incompleta a la vez en el sentido de que la gente participa de los documentales durante diez o quince días y el video dura apenas 23 minutos. Entonces pasan los créditos del documental y la gente sigue, se queda esperando un rato, y después la protesta para uno que lo está presentando: "¿Qué pasó? ¿Por qué tan cortico!?". Si el video durara dos horas, dos horas se quedarían allí concentrados y seguirían pidiendo más porque uno no está contando una cosa extraña sino que nos estamos contando nosotros mismos (Mauricio Dorado).

Además de la generalizada aceptación que tendrían los documentales entre la comunidad, los testimonios de los miembros del Tejido permiten reconocer la conciencia que ellos tienen sobre la estrecha relación que existe entre el tratamiento del tema y los diversos modos en que el público interpreta y se apropia de los documentales, lo que, para ellos, ha sido resultado de un proceso de aprendizaje:

Con *Pa' poder que nos den tierra* se presentó la agresión de la fuerza pública a las comunidades indígenas que estaban recuperando tierra. Se pensó en ese momento, por un lado, presentar a la comunidad el testimonio del hecho y, por otro lado, una estrategia de denuncia dirigida a un público externo. Pero surgió un problema: el documental comete un gran error y es que no hace una reflexión ni política ni social del hecho. Se queda únicamente en la denuncia. Internamente se cometió el error de no contextualizar y, sobre todo, de no reflexionar. Ahí está la ética y el compromiso de un comunicador, el de prever qué va a pasar después de lo presentado. Y claro, por los video-foros nos dábamos cuenta que eso producía mucha rabia entre los jóvenes. Ellos decían: "¡La próxima vez hay que ir a desquitarse! ¿Cómo es eso que nosotros solo con palos y ellos llegan con armas y con torturas? ¡Hay que ir a desquitarse!".

¡Imagínese el riesgo que eso representaba! A mí eso me hizo sentir muy mal y precisamente por eso es que *Somos alzados en bastones de mando* presenta otro enfoque: ya no es tanto la agresión, que evidentemente había que presentarla, sino otra tonalidad donde ya se empieza a explicar: uno, los medios de comunicación, cómo influyen, cómo manipulan; dos, la reflexión final que debe ir hacia que no es con los policías con quienes hay que confrontarnos, sino que son otras instancias superiores. No se tiene por qué pensar que los sujetos armados que están ahí son los culpables. Cada vez se ha pensado más, sobre todo, en contextualizar para que la comunidad entienda el por qué de la lucha. Muchas veces, sobre todo en las movilizaciones, hay mucha gente que le gusta el hecho de movilizarse, pero no entiende las razones. Entonces nosotros decimos que los testimonios también le sirva sobre todo a la comunidad para que entienda el por qué, que reflexionen para qué les sirve, cuáles son los objetivos puntuales; y, al mismo tiempo, se piensa en un público internacional, dando contexto geográfico y que se entiendan, sobre todo, los objetivos de una movilización. Ya estamos pensando no tanto en la agresión, sino en que se entienda el sentido político. *El país de los pueblos sin dueño* me parece que aterriza muy bien todos esos conceptos porque ya evidencia los puntos de la Minga (Mauricio Acosta).

Como es posible notar, la pregunta acerca de los públicos y de las implicaciones que la forma documental tiene para cada uno de ellos es producto del proceso mismo de realización audiovisual y del emprendimiento de nuevos proyectos en los que se intenta recoger lo aprendido de los errores cometidos. Entre *Pa' poder que nos den tierra*, 2005, y *El país de los pueblos sin dueño*, 2007, el Tejido reconoce una transformación en el tratamiento del tema de la movilización indígena, transformación que recorre el camino del video-denuncia (¿video-espectáculo?) a una suerte de video-contexto o video-proceso, mucho más preocupado por situar al espectador en las causas de las acciones que en los efectos más visibles y espectaculares de estas. Así, el Tejido parece haber alcanzado una conciencia de la dependencia entre tratamiento temático e interpretación del texto como producto del proceso

de ensayo-error y de los aprendizajes que resultan de esta experiencia. Esto lo confirma la sorpresa que significó para los miembros del Tejido el impacto que tuvo *Pa' poder que nos den tierra* por fuera del país:

¡Ni nos imaginábamos que iba a llegar a instancias internacionales! Yo fui tan inocente que lo edité, lo mandé a DVD y borré los archivos originales. Después, los festivales internacionales pedían la copia en .avi [formato de archivo informático de video]. Yo no me imaginaba que iba transcender y por eso lo borré. No fue hecho pensando en que llegaría a instancias internacionales. Tal vez por lo dramático, no tanto porque se entienda el contexto, haya gustado; tal vez porque el morbo guste (*Ídem*).

No obstante el éxito alcanzado, cambió el tipo de tratamiento temático de los audiovisuales en función de su público más inmediato y, en general, del interés por hacer de estos herramientas de socialización y promoción de las causas que explican el proceso de movilización. Otro aspecto sobre la forma de las piezas audiovisuales que es objeto de las reflexiones del Tejido tiene que ver con la identidad y el lugar que ocupan en la comunidad las personas cuyos testimonios son recogidos en los documentales. Al observarlos llama la atención que recogen la voz de diferentes miembros de la comunidad sin necesariamente centrar su atención en sus líderes y autoridades. Aunque no excluyan este tipo de voces, parece haber un mayor interés por incluir la palabra del movimiento desde su base:

Los líderes tienen una representación de la comunidad, pero no son quienes toman las decisiones. Quien toma las decisiones es la comunidad a través de la Asamblea. Entonces yo dije: “Hacer evidente eso a través del video; que sea la comunidad la que dé cuenta de su mismo proceso”. Por eso yo hago siempre énfasis en eso, que no sean los líderes los que lo cuenten. Cuando se ha llegado a espacios de liderazgo la gente puede correr el riesgo de voltearse y de eso hay muchos casos. ¡Cuántos videos hay hechos desde el CRIC en los años ochenta, en los años noventa, donde esos líderes aparecen

como protagonistas, como líderes! Y yo digo: “Si esto va a quedar en la memoria, si va a trascender en el tiempo, entonces hay que tener cuidado con eso, que si damos la voz a los líderes puede ser que con el tiempo ellos cambien su sentido político”. Entonces no es con los líderes, sino con la comunidad, con la Guardia Indígena, con los Promotores de Salud, con la señora que está cocinando; es mejor que ellos cuenten su propia realidad a que a nombre de ellos se cuente (*Ídem*).

En efecto, se percibe, en cuanto al tipo de testimoniantes usados, una diferencia substancial de los documentales producidos por el Tejido con relación a documentales del CRIC y de otras organizaciones indígenas o mestizas cercanas al proceso del Cauca. En el marco de este estudio fue posible tener acceso a material producido por diversos grupos: además del CRIC, el Cecidic²¹, la Alcaldía y el Cabildo de Jambaló, el Proyecto Nasa de los Cabildos de Toribío, Tacueyó y San Francisco, el Movimiento Juvenil Álvaro Ulcué Chocué, la Fundación Sol y Tierra y la organización Italia Solidaria. En ellos prepondera el uso de las voces de los líderes y autoridades indígenas o de personas que ocupan espacios de mayor visibilidad dentro de la comunidad. En este sentido, tres de los materiales consultados merecen ser mencionados: el primero de ellos se titula *Proyecto Global*, nombre del Plan de Vida del Resguardo de Jambaló. Este documental describe el proyecto en cuestión y sus programas de trabajo, salud, educación, economía, comunicación, entre otros. El conocimiento que del Proyecto Global obtiene el espectador de este documental se da por medio, en su mayoría, de la voz de los líderes del Cabildo de Jambaló y de otras autoridades. Se trata, si se quiere, de la versión oficial del Proyecto y no del modo como los miembros más anónimos de la comunidad lo viven y participan de él. Lo mismo ocurre, aunque con otra temática, con *La Salvajina*, documental producido por la Fun-

²¹ Centro de Educación, Capacitación e Investigación para el Desarrollo Integral de la Comunidad. Es un proyecto educativo de autogestión indígena (haciendo parte del desarrollo del Proyecto Nasa, Plan de Vida de los resguardos de Toribío, San Francisco y Tacueyó) que, desde su creación, ha recibido el apoyo, principalmente, de la organización Misioneros de la Consolata.

dación Sol y Tierra que muestra los efectos en los municipios de Suárez, Morales y Buenos Aires (Cauca) derivados de la construcción de la hidroeléctrica La Salvajina, proyecto de origen privado-estatal. Aunque la voz en *off* del documental indica que las comunidades afectadas son de origen indígena, mestizo y afro-colombiano, llama la atención que solo recoge el punto de vista indígena y, al hacerlo, hace uso predominante de la voz de sus líderes y autoridades. Lo mismo sucede con *Enseñanza y aprendizaje del nam trik*, documental que muestra el trabajo educativo en torno a la recuperación de la lengua nam trik de los totoroes, otro pueblo indígena del Cauca. Se trata de la descripción de un proceso de transmisión escolar de una lengua cuyo uso ha venido desapareciendo en las nuevas generaciones. El documental muestra un proceso de enseñanza cuyos educandos son en su mayoría niños. Lo curioso es que, aunque sean ellos los sujetos centrales del proceso educativo, su voz sea la menos recogida en el documental. Predominan, en cambio, la voz de los docentes y de algunos líderes políticos. Llama aun más la atención que cuando se recogen los testimonios de los niños, es posible escuchar, en algunos de ellos, en un segundo plano sonoro, la voz de un adulto que le recuerda al niño lo que *debe* decir. Como en los casos anteriores, se trata de la versión oficial, esta vez adulta, del proceso que es objeto de documentación. Así, el documental no solo permite dar cuenta de un proceso, muy a pesar de que los testimonios usados para tal cometido evidencien cierto sesgo, sino que pone de manifiesto, sin pretenderlo, las relaciones de poder adulto-niños que predominarían en la comunidad.

Es precisamente en torno a las relaciones de poder que el Tejido parece reflexionar a la hora de decidir qué testimonios recoge en sus procesos de producción audiovisual y cuáles prioriza en el momento de la edición. Cuando Mauricio Acosta se refiere a la producción audiovisual de grupos distintos al Tejido habla de la existencia de “intereses institucionales”: “Hay muchos videos de ese tipo. Por ejemplo: video del Programa Mujer, del Grupo Económico, del Grupo Religioso, del Programa de Educación, etc. A pesar de ser hechos en escenarios indígenas, se institucionalizaba lo que se quería contar”. Visto así, el Tejido apostaría, en cambio, a una representación documental que rechaza

la versión institucional de los hechos tratados. No obstante, cuando durante las entrevistas se planteó a los miembros del Tejido si esto representaba una ruptura en la tradición audiovisual indígena, los entrevistados prefirieron presentar su trabajo como parte de un proceso y de una tradición larga. En general, el Tejido considera su labor como la continuación de una tradición que inicia en los años setenta, en el marco del intenso proceso de movilización política indígena en el Cauca. Es en este período cuando las propias organizaciones indígenas comienzan a hacer registro de sus procesos políticos y culturales, así como otras organizaciones del proceso como la Fundación Sol y Tierra y documentalistas nacionales como Marta Rodríguez.

Me parece que el Tejido es parte de un proceso. Me parece valiosísimo el aporte de Marta Rodríguez de centrar la mirada en la comunidad y muy valioso el aporte de la Fundación Sol y Tierra y del CRIC. Yo los considero procesos necesarios que iban reflexionando sobre el uso del video e incorporando la estética del video en el quehacer nasa. El Tejido simplemente llega en otro momento. Hablando del área de video, no creo que sea quien rompe; quien sí lo hace es el Tejido como tal pues este concibe la comunicación desde otra óptica y el área de video se adapta a esta. No podría entenderse el área de video por fuera del Tejido (Mauricio Acosta).

Modos de circulación y formación de ‘públicos políticos’

El Tejido implementa diversidad de estrategias de divulgación de su trabajo audiovisual. Las indagaciones hechas permiten establecer que predominan, al menos, seis de estas:

- La Videoteca del Tejido que pone a disposición de la comunidad todos los materiales que ha compilado. Regularmente la consultan personas que usan estos materiales para el desarrollo de su trabajo en los distintos resguardos: “Por ejemplo, hay una señora de un grupo de salud que constantemente llega y solicita videos de tal y cual tema para presentarlos a la comunidad” (Mauricio Acosta).

- La venta de videos, tanto de los producidos como los compilados por la Videoteca del Tejido; los compradores de este material son diversos: en algunos casos se trata de organismos no gubernamentales nacionales y extranjeros interesados en el material por motivos variados; en otros casos, se trata de las instituciones educativas de los resguardos interesadas en usar el material como apoyo de sus actividades académicas.
- Proyección de videos en eventos no indígenas de muy diverso tipo a los que el Tejido es invitado para divulgar y visibilizar el proceso de movilización política.
- La página web, en la que, como ya fue indicado, circulan fragmentos de los videos.
- La participación del Tejido en muestras y festivales audiovisuales. Este modo de circulación de los videos ha sido hasta ahora poco implementada:

A muy pocos festivales hemos enviado nuestros videos. Podría contarlos con los dedos de las manos, aunque como nosotros tenemos colaboradores, los Nudos, que están viviendo o son de otros países y cuando vienen acá, a veces, se llevan los materiales y los exhiben en festivales. En escenarios nacionales como internacionales generalmente sucede eso. Nosotros sabemos que los materiales dan para festivales, pero la cuestión económica no nos lo permite. Por ejemplo: hay una cantidad de festivales internacionales que nos han solicitado videos, pero hay envíos que valen 150 mil pesos y nosotros... ¡No, pues eso nos dejaría en la olla! Aquí a veces no hay plata para los almuerzos, entonces ¡¿gastar 150 mil pesos en un envío...?! (*Ídem*).

- Los video-foros, con los que se ha apoyado y enriquecido el trabajo de movilización. Estos tal vez sean el modo de circula-

ción audiovisual que el Tejido más destaca y son realizados en al menos tres circunstancias distintas que logramos identificar. Una de ellas se refiere a los eventos propios del proceso de movilización política (mingas, asambleas, congresos, etc.), en lo que —según los entrevistados— se programan numerosos video-foros:

Siempre nosotros vamos a las asambleas, a los congresos, a las movilizaciones y solicitamos cada noche presentar uno o varios videos. Por ejemplo, en la Minga del año 2008, la marcha primero llegó aquí a Santander de Quilichao y aquí se hizo video-foro; luego llegó a Villa Rica; luego a Jamundí y a Cali y, en cada lugar, se hacía video-foros. En Cali, en la Universidad del Valle, también se realizaron (*Ídem*).

Como es posible notar, la frecuencia con que se realizan los video-foros obedece a las coyunturas propias del proceso de movilización y organización indígena. Otro ejemplo de este tipo de uso del video-foro se presentó a propósito del recientemente impulsado Referendo del Agua, en el que en promedio se celebraron dos sesiones semanales de este tipo. El contenido de los videos proyectados correspondió al tema del manejo del agua en diferentes contextos (Colombia, Bolivia, Brasil, etc.): “Es importante la labor pedagógica que realizamos alrededor de los temas de fondo. Esta se da sobre todo a través del video-foro. Cuando hay una asamblea, nosotros solicitamos el espacio y hacemos un video-foro que no es simplemente ir a presentar el video, sino ir a hablar del tema y que se forme un debate en torno a este” (*Ídem*). La segunda ocasión en que se realizan los video-foros tiene que ver con las actividades que preceden las movilizaciones; a estas se les denomina *barridos* y consiste en recorrer las distintas veredas de los resguardos anunciando la futura realización de mingas, asambleas, etc. La realización de los video-foros en los barridos puede estar a cargo tanto de los miembros del Tejido como de otras instancias del movimiento indígena del Cauca (Guardia Indígena, Grupos de Salud, etc.). En este caso, algún miembro del Tejido (si factores económicos

o la realización de otras actividades no lo impiden), se desplaza hasta los resguardos en que se realizará los video-foros cumpliendo labores de acompañamiento. En la conexión entre video-foros y barridos la Videoteca del Tejido cumple un papel importante. De esta proviene el material que será proyectado en los video-foros, siendo allí seleccionado, compilado, embalado y enviado a los resguardos. Dentro del Área de Video del Tejido se asigna a una persona la responsabilidad del manejo de la Videoteca y, por tanto, de la preparación del material a ser utilizado en los video-foros. Adicionalmente, el Tejido se encarga de preparar documentación sobre el tema a ser tratado, de manera que quien esté a cargo del video-foro disponga de información cualificada para su desarrollo.

La tercera ocasión en que se celebran los video-foros corresponde a los casos en que diversas instancias de organización así lo solicitan:

Hay situaciones en que los cabildos, las escuelas, los colegios, etc., solicitan los video-foros. Nos dicen: “Miren, necesitamos que vengan a hacer un video-foro sobre tal tema y nosotros les damos lo de la gasolina para la moto y el almuerzo”. Si hay esos recursos se delega a una persona, cualquiera de nosotros que esté disponible. Con el Movimiento Juvenil se ha trabajado mucho con los video-foros, en Toribío, sobre todo, hemos apoyado el trabajo que ellos desarrollan (*Ídem*).

Revisando la historia que precede la conformación del Tejido y, de forma más amplia, la historia de apropiación de tecnologías de comunicación en las comunidades indígenas del Cauca, es posible identificar dos antecedentes del video-foro que involucran el uso de la imagen y que merecen ser comentados. Se trata de maquetas a escala y de filminas usadas como recurso de apoyo a las distintas actividades de organización indígena. Las maquetas fueron intensamente usadas, por ejemplo, en el proceso de formulación del Plan de Vida del Resguardo de Jambaló: “En la maqueta la gente comenzaba a señalar con un alfiler dónde estaba su casa, dónde estaba la escuela, los ríos, los

ojos de agua, los bosques, los páramos, etc.” (Mauricio Dorado). De otro lado, el uso de filminas fue habitual, entre 1986 y 1996, en la ejecución de los diferentes programas que componen el Proyecto Global del Resguardo de Jambaló:

Uno se iba vereda en vereda, en el caso mío a animar grupos juveniles, y les presentaba diapositivas de alto contenido social. Por ejemplo: unas diapositivas que son muy famosas en Jambaló son unas que se llaman *El pozo de la gran rana*. Esas diapositivas cuentan la historia de unas ranitas que viven como prisioneras en un pequeño estanque seco y no pueden acceder al estanque mojado porque hay una gran rana que lo domina. Entonces las ranitas se organizan, bajan por una cierta cañería y destapan unas piedras que impiden el paso del agua de un lado a otro, y todas las ranitas logran que haya un estanque para todas y la gran rana queda sin ningún poder. La proyección de diapositivas se apoyaba con la lectura de un cuento. Después del cuento se empezaba a reflexionar sobre quién es la gran rana, qué significan las piedras, qué representa el agua, qué representan las ranitas. Con esas filminas nacieron muchos grupos juveniles y se fortaleció el Proyecto Global. Esa actividad captaba mucho la atención de la gente, tanto como si fuera hoy en día una película de acción para un joven. Había una atención total y la reflexión que salía de eso era mucho más enriquecedora que cuando uno solo echaba el cuento, el discurso (Mauricio Dorado).

El uso de fotografías, a su vez, abrió el del video, lo que sucedió mucho antes de la conformación del Tejido. Como lo recuerda Mauricio Dorado, estos recursos fueron muy importantes durante la creación del Proyecto Global del Resguardo de Jambaló:

Para que naciera este Plan de Vida recorrimos vereda por vereda con un televisor grandote, de esos que tenían todavía el marco en madera, y un Betamax [equipo de reproducción de video de uso doméstico ya discontinuado]. Íbamos grupos de diez a quince personas con esos equipos para mostrar a la gente los videos. Estos

son los antecedentes, realizados especialmente en Toribío y Jambaló y no tanto en otros resguardos, de los actuales video-foros.

Sobre las políticas estatales audiovisuales

Una de las utilidades de rastrear los sentidos atribuidos a la comunicación es contrastar estos significados con las percepciones que el Tejido tiene de las políticas de comunicación, especialmente las de índole estatal para el campo audiovisual:

Yo sugeriría que se piense que lo fundamental no es la emisión por televisión. Parece que el Ministerio de Cultura pensara que lo ideal es eso: productos para emitir por televisión. Lo principal es la formación y la formación no viene desligada de un proceso organizativo. Creo que a las políticas les ha hecho falta preguntarse para qué, para qué contar, y eso es importante que se lo responda cada proceso. Nosotros, aquí, es comunicar para resistir, para defender la vida. Y cada proceso tendrá su respuesta. Nosotros aquí ahora nos estamos concibiendo como escuela de comunicación, pero no es una escuela para que la gente solo venga a aprender a manejar los equipos, sino que vengan a aprender para qué nos estamos comunicando. Cuando se entiende políticamente ese concepto, entonces sí tiene sentido utilizar unos medios como la radio, el video, etc. Creo que se haría mucho más pensando a largo plazo. Me parece que las políticas están en función de dar plata para hacer productos y que la política debería ser un proceso de formación a largo plazo a través del acompañamiento a cada una de las organizaciones para que a largo plazo comiencen a hacer cosas. Con un proceso lento de aprendizaje y de reflexión se puede muchísimo, sobre todo en procesos organizativos en que la gente tenga cosas por contar (Mauricio Acosta).

Como es posible notar, Mauricio Acosta hace énfasis en la relación entre “proceso organizativo” y medios audiovisuales. Así, *tener qué contar* dependería menos del hecho de poder acceder a tecnologías de comunicación y más del hecho de poseer la experiencia de un pro-

ceso en el que una comunidad se reconoce a sí misma y, en función de ello, define los propósitos que dan sentido a la organización y a los propósitos de acceder al uso de medios de comunicación. Para él, las políticas públicas deberían promover menos la producción audiovisual que el fortalecimiento de las organizaciones sociales y el acompañamiento de procesos en el que las identidades colectivas de sectores populares están en juego. Las apreciaciones que el propio Mauricio Acosta tiene de algunos eventos audiovisuales también dan cuenta del sentido que para él, en tanto miembro del Tejido, deberían tener las políticas en el campo audiovisual y en el campo de la comunicación en general: “En el Festival Nacional de Cine y Video Comunitario de Cali se convoca a que la gente lleve a mostrar lo que ha hecho, pero es más importante convocar a la gente para enseñarle por qué hacerlo, utilizando esas platas para hacer encuentros de comunicación en los que se reflexione sobre esta”.

En suma, para Mauricio Acosta, una política pública en el área audiovisual y en el campo de la comunicación en general debería centrarse más en la promoción y fortalecimiento de las organizaciones sociales y en la generación de espacios de discusión e intercambio acerca del sentido de la comunicación y del uso de medios en contextos comunitarios y populares. Él considera que, asegurando estos procesos, tendría mucho más sentido el estímulo de la producción, capacitación y exhibición audiovisual.

Corpoimagen: Corporación Cultural y Audiovisual de Sucre²²

Corpoimagen es una organización rural con una propuesta audiovisual que involucra los aspectos culturales y sociales de la comunidad del municipio de Sucre; se trata de una experiencia emergente que demuestra cómo las tecnologías de comunicación —incluso en regiones tan apartadas de la geografía nacional como el sur del departamento del Cauca, en la zona del Macizo Colombiano— se convierten en valiosas herramientas de autorrepresentación, expresión y comunicación colectiva.

¡Esta es la gente de Sucre!: sobre la organización

Antes de describir la experiencia de Corpoimagen queremos abordar su contexto para identificar algunas de las condiciones que permitieron su surgimiento, en especial, si consideramos que en el Macizo Colombiano el campo de la comunicación en general (salvo el reciente desarrollo de emisoras comunitarias e indígenas) y del audiovisual en particular, no ha experimentado el desarrollo de otras actividades locales como la agricultura, la minería, el comercio e, inclusive, lo ambiental.

La primera noción con que solemos asociar al Macizo Colombiano es que se trata de la estrella hidrográfica más importante del país, donde nacen ríos nacionales insignes: el Cauca y el Magdalena, además del Caquetá y el Patía. En efecto, esta es una región rica en recursos hídricos pero también en biodiversidad, sistemas geográficos²³

²² La investigación que da soporte a estas notas y su redacción estuvieron a cargo de Juan Paulo Galeano Yunda. Este ejercicio se llevó a cabo durante el primer semestre de 2010, por lo que se comprenderá que no dé cuenta de las transformaciones ocurridas en la organización desde entonces. La edición final del texto fue hecha por Camilo Aguilera Toro.

²³ El Macizo Colombiano se extiende por zonas de valle, montaña y páramo entre los 500 y 4.000 msnm.

y culturales: el Macizo Colombiano es un territorio multiétnico formado por poblaciones negras, indígenas y mestizas. También suele ignorarse que la historia de este lugar incluye variedad de conflictos, muchos de ellos ligados a las bonanzas económicas del oro, la quina, el caucho, la madera y, en épocas recientes, la coca y la amapola²⁴. Las luchas entre multiplicidad de agentes externos para apropiarse de estos recursos ha sido una de las causas de que la riqueza de la zona no se vea reflejada en el nivel de vida de sus habitantes que, sin embargo y pese a la violencia y exclusión derivadas del conflicto armado y el narcotráfico, se han organizado para denunciar la desatención y abandono del estado colombiano en diversos temas. Con este fin se generó un movimiento popular²⁵ del que surgió en 1991 el Comité de Integración del Macizo Colombiano (CIMA), que desde entonces ha logrado el compromiso parcial del estado con esta región.

Una de las iniciativas surgidas de este proceso de movilización social fue el proyecto Huellas e Imágenes del Macizo Colombiano, en 2007, cuyos propósitos fueron la generación de espacios de convivencia pacífica, el fortalecimiento de la identidad cultural y la reapropia-

²⁴ “Actualmente, los pobladores de esta inmensa región que cubre 53 municipios de los departamentos del Cauca, Putumayo, Caquetá, Nariño, Tolima y Huila, son conscientes de la importancia que tiene para el país el estar ubicados en un territorio estratégico en términos ambientales. Esta realidad también fue percibida tiempo atrás por pobladores que llegaron a estas zonas atraídos en diferentes épocas por el oro, la quina, el caucho, la madera, la coca y la amapola, hitos que permanecen arraigados en la memoria de algunos pobladores porque se convirtieron en eventos que de una u otra manera marcaron la historia de la región” (Del Cairo:18).

²⁵ “Aunque los movimientos sociales que se han gestado en el Macizo Colombiano responden a procesos de organización que se desarrollan a nivel local al interior de veredas, corregimientos y municipios, han sido de gran repercusión en el departamento del Cauca. Esto no solo por las grandes movilizaciones que se han dado sobre la vía Panamericana y que han agrupado a un sinnúmero de personas entre indígenas, campesinos y afro-colombianos, sino también porque estas movilizaciones han evidenciado la gran capacidad organizativa de estas poblaciones, en términos logísticos, de las propuestas y peticiones planteadas al Estado colombiano” (Del Cairo:132).

ción del territorio por medio de un proceso de formación para jóvenes sobre herramientas de investigación y producción audiovisual (manejo de cámara, escritura de guión, edición, géneros audiovisuales, etc.)²⁶; con esto, el grupo realizó videos de corta duración y algunos participaron en la producción de la Maleta Documental Maciceña²⁷. Huellas e Imágenes del Macizo Colombiano incluyó la donación de una cámara y un equipo de edición a los colectivos que decidieron dar continuidad al trabajo audiovisual; Corpoimagen fue uno de estos. Wilmer Gómez, representante legal de la corporación, recuerda la perspectiva que consideraron en ese momento: “El grupo debía organizarse legalmente para recibir los equipos de forma directa, o por medio de algún otro tipo de organización que hubiese en el municipio, y nosotros veíamos como una posibilidad el poder emitir en el canal [del servicio de televisión por cable] que habían cerrado aquí”. El plan de consolidar su propio proyecto de comunicación contó con la asesoría de docentes del taller. Para Miguel Ruíz, integrante de Corpoimagen, se trataba de un trabajo pionero:

²⁶ En cuanto al componente audiovisual del proyecto el propósito fue “dinamizar procesos culturales y sociales mediante la apropiación de herramientas de comunicación audiovisual con [30] jóvenes [del Macizo Colombiano] de los municipios de San Sebastián, Sucre, Almaguer, Bolívar y Santa Rosa” (Del Cairo:15). Fue realizado dentro del II Laboratorio de Paz de la Agencia Presidencial para la Acción Social, financiado con recursos de la Unión Europea y ejecutado por la Fundación Espacio Abierto con la colaboración de la Alcaldía de Bolívar, Asociación de Juntas de Acción Comunal de Almaguer, la Casa de la Cultura de Sucre y Fundecima.

²⁷ Serie documental pensada como herramienta pedagógica de memoria, sensibilización y reflexión que “consta de ocho documentales, seis de los cuales hacen parte del proceso liderado por el proyecto Huellas e Imágenes del Macizo Colombiano y dos más realizados en años anteriores por el CIMA. También hace parte de este material audiovisual un detrás de cámaras que muestra aspectos relacionados con el proceso de capacitación y apropiación de herramientas audiovisuales generados por el proyecto” (Del Cairo:182). Los temas de los seis documentales fueron acordados durante las capacitaciones: cultura, territorio, organización y participación, bonanza, economía y poblamiento. También integra la Maleta el libro *El Macizo Colombiano: una región en permanente construcción* (Del Cairo:2007).

Mientras terminábamos las capacitaciones en Huellas, simultáneamente íbamos proyectando cosas y mirábamos cómo podíamos trabajar acá en Sucre ese medio y cómo nosotros podíamos aportar a todos los sucreños con las capacitaciones que habíamos recibido y cómo mostrarles a la comunidad lo que habíamos hecho. Antes, acá en Sucre la parte del audiovisual no se conocía de lleno y entonces fue a partir de este proceso que nosotros decimos: “Vamos a crearnos legalmente, a ponerle un nombre, a sacarle una personería jurídica y a colocarle un logo”.

Según los datos colectados, Huellas e imágenes del Macizo Colombiano fue fundamental para la creación de Corpoimagen, aunque ya existía un antecedente: el proyecto Recuperación de la Memoria Histórica del Municipio de Sucre - Memoria Oral: Mitos y Leyendas, desarrollado por la Alcaldía de Sucre y la Junta de Acción Comunal del barrio El Jardín de este municipio. En este proyecto, algunas de las personas que actualmente conforman Corpoimagen participaron en una investigación cuyos resultados incluyeron una cartilla ilustrada, un documental y la exposición de pinturas elaboradas por un artista local. Esta última, realizada en el parque principal de Sucre, recogía escenas alusivas a algunas leyendas de la región. Su éxito fue total, según Miguel Ruíz:

Nosotros decíamos: “Si colocamos esas cartillas nadie llega a verlas”, pero como colocamos las historias en pinturas mucha gente llegó a verlas; y las hemos sacado ya dos veces: una fue en el 2009 durante el proyecto de Recuperación de Memoria Histórica y otra en el año 2010 para el aniversario del municipio. La gente no se olvida de esa exposición. Hubo mucho reconocimiento en ese sentido, más aceptación de la gente que si les mostrábamos solo la cartilla.

Esta experiencia, que vinculó la imagen, generó un interés particular entre los sucreños y, puntualmente, un diálogo intergeneracional bastante interesante:

Por la pintura los niños decían: “¡Ah, es el duende, ¿no? Y ¿por qué el señor con cachos?. ¡Ah, es que es el diablo!”. Con eso se creó

un sentido mágico en ellos. Entonces el padre, aún con el poco conocimiento o la poca memoria oral recibida del abuelo, intentaba decirle que eso pasaba anteriormente aquí. Hubo esa relación de generaciones que se conjuga más cuando se ve el cuadro, las imágenes” (Miguel Ruíz).

En cuanto a los objetivos de Corpoimagen, se planteó desde el inicio considerar, además del audiovisual, otros campos de acción:

Nace la idea de conformar una organización en la que nos identifica la parte audiovisual, pero no únicamente. Queríamos que involucrara la parte cultural que tiene mucho que ver con las imágenes. Y entonces es ahí donde nosotros, concertando con los otros compañeros, decidimos llamarla Corporación Cultural y Audiovisual de Sucre, Corpoimagen. Sucre es un pueblo pequeño, pero hay muchas actividades que se pueden desarrollar y entonces pensamos que por qué no involucrar algo que abarcara todo: la parte cultural, la parte del medio ambiente, la parte de formación, etc. (Miguel Ruíz).

De acuerdo con esto, Corpoimagen definió una gama amplia de líneas de acción:

Nosotros entendemos la comunicación en todo el sentido de la palabra: comunicación visual, escrita, radial; además de la comunicación, como líneas de acción también incluimos la educación porque nosotros podemos brindar una capacitación a personas que no tienen conocimiento del audiovisual. También incluimos la cultura pues la cultura la podemos emplear en el medio audiovisual. También incluimos el medio ambiente pues, de todas maneras, la imagen debe relacionarse casi con todo lo que a nosotros nos rodea, con todo el entorno. Y, por último, también incluimos derechos humanos (Wilmer Gómez, integrante de Corpoimagen).

Estas líneas de acción, sin embargo, aún no han sido trabajadas a plenitud. Los proyectos desarrollados hasta el momento han sido exclusivamente audiovisuales, con excepción de la participación en la logística de eventos y festividades locales realizadas por la Alcaldía. Aunque la opción de constituirse en corporación funcionó en un comienzo, esta figura jurídica les ha causado ciertos inconvenientes en materia de financiación (asunto sobre el que volveremos más adelante), por lo que están considerando hacer un cambio en este sentido.

Corpoimagen constituye una experiencia inédita en un municipio donde lo audiovisual se limitó durante muchos años al consumo de imágenes de los canales nacionales estatales y privados, sintonizados por antenas de aire y, más recientemente, de internet y de canales extranjeros de televisión por sistema de cable²⁸ (asunto sobre el que volveremos más adelante). Se trata, por tanto, de la primera experiencia de producción de imágenes y sonidos de la propia localidad, de sus contextos y sucesos cercanos, con las que se busca que Sucre se represente y reconozca a sí misma:

Se trata de mostrar a Sucre en imágenes; por ejemplo, mostrar el campesino que siembra el café, cómo lo hace, qué tiene que hacer y todo ese conocimiento que él guarda plasmarlo en imágenes. Y decirle: “Vea, aquí a nivel local, este es usted”, pero también tener la posibilidad de decir afuera: “¡Esta es la gente de Sucre!”. Se trata de que por medio de las imágenes nosotros mostremos las diferentes localidades, los diferentes personajes propios de cada una de las regiones y de cada una de las veredas, que se pueda plasmar en los diferentes programas o en los diferentes trabajos o proyectos que nosotros hagamos. O sea: yo pienso que se trata de entender cómo a través de la imagen podemos dar a conocer muchas situaciones que viven las diferentes familias y las diferentes comunidades de Sucre y que ellos tengan la posibilidad de mirarse en una imagen y que por intermedio de esa imagen se pueda generar un desarrollo tanto directo como indirecto a las comunidades (Miguel Ruíz).

²⁸ También contó durante un tiempo con un canal de televisión local sin producción propia que cerró al cabo de unos pocos años.

Además de la autorrepresentación colectiva, al menos dos propósitos más son atribuidos al audiovisual: promover en Sucre una cultura de la comunicación audiovisual y valerse de este medio como instrumento de reflexión y crítica:

La idea también es comenzar a crear esa cultura de lo audiovisual aquí en la gente porque creemos que puede generar impacto. Su contenido puede generar en nosotros reflexión, generar crítica sobre cualquier tipo de situación. Pienso que el video tiene mucha utilidad. Nosotros hemos querido, aparte de mostrar alguna situación, algún evento, de alguna manera generar crítica (Wilmer Gómez).

Por otro lado, los integrantes de la Corporación identifican un sentido comunitario en el audiovisual que quieren producir, distante de lo que ellos definen como *comercial*, esto es, lo ofrecido por la televisión nacional privada y por la mayoría de canales locales que operan cerca de Sucre.

En municipios vecinos donde se cuenta con un canal local, este no se enfoca sobre la comunidad. Un claro ejemplo de esto es el municipio de Patía [Cauca], donde tienen un canal local, pero lo único que ellos hacen es pasar videos musicales y propaganda comercial. Eso me parece muy comercial, o sea, no tratan de enfocarse nada en lo comunitario, en documentales. Si nosotros tuviéramos esa oportunidad, lo que nosotros haríamos es hacer videos para mostrar documentales, mostrando las cosas buenas que tiene nuestro municipio²⁹ (Jhonny Ruíz, integrante de Corpoimagen).

²⁹ Un referente contrario al caso de Patía en materia de televisión local es el siguiente: “Tuve la oportunidad de conocer una experiencia del canal local de La Unión, Nariño. Me pareció interesante su trabajo. Es posible aprender de esta experiencia. Lo más destacado que tienen es un noticiero local; ellos se desplazan y van con las noticias de su municipio” (Wilmer Gómez).

La Corporación marca distancia de estos dos tipos de propuestas, la comercial y la que no posee una parrilla con programación propia sino dedicada a la retransmisión. Asimismo, distinguen otro tipo de televisión que denominan *cultural*, en la cual incluyen algunos programas de la televisión pública nacional (Señal Colombia) y del canal regional Telepacífico, los que oponen a los canales privados nacionales: “Yo miro las noticias de RCN y Caracol y son totalmente diferentes de las de Telepacífico, donde sí pasan cosas que son de acá y que en los noticieros nacionales no se tocan o simplemente se las menciona y listo, pero no se profundizan” (Wilmer Gómez). En este sentido, Corpoimagen valora el trabajo que desarrolla en el Cauca el Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca, organización que la Corporación toma como referente de procesos organizativos y de medios alternativos de comunicación.

Apostar por la autorrepresentación y el autorreconocimiento local es para Corpoimagen un mecanismo para revertir el efecto negativo que han ocasionado los problemas de orden público de la zona en la imagen que la comunidad tiene de sí misma: “Hay estigmas que siempre han marcado el Municipio: problemas de violencia algunos años atrás. Entonces se trata de darle otra mirada, darle otra imagen a nuestro municipio y siempre conocer procesos que se lleven aquí y que generen reflexión en la gente para que esos procesos no se acaben y sigan fortaleciéndose (Wilmer Gómez).

Además de la autorrepresentación y el autorreconocimiento, Corpoimagen ha definido otros objetivos relacionados con la integración de los distintos actores sociales a la dinámica de la comunicación local, la generación de información, la creación de conciencia ciudadana sobre distintos temas, la preservación y promoción de la memoria sociocultural local, el sano entretenimiento y, en sentido general, la contribución desde la comunicación a temas sociales urgentes ligados al desarrollo del municipio: “Sucre necesita de mucho trabajo social para recuperar acciones que se vivían antes, pero que por diferentes circunstancias han cambiado; y ahí es donde se requiere mucho trabajo social con las distintas comunidades para promover situaciones

que generen confianza en la gente, que generen cambio en la gente, y sobre todo que generen mucho desarrollo” (Miguel Ruíz).

El esfuerzo de Corpoimagen ha logrado captar la atención de la Alcaldía local que, además de encargarle la logística de algunos eventos y la producción de algunos videos relativos al desarrollo de sus proyectos y actividades, incluyó “en su Plan de Desarrollo, por intermedio de Miguel Ruíz que ha sido un líder comunitario y cultural, una línea para fortalecer canales de comunicación, ya sean visuales, radiales o escritos. Ahí tenemos una posibilidad de que en algún momento nos fortalezcan con ese estímulo” (Wilmer Gómez). Así, pues, la organización ha logrado de a pocos mostrar su trabajo y ganar la confianza de la Alcaldía y también de otras organizaciones locales sociales que parecen ver en el audiovisual una nueva y efectiva herramienta de promoción y organización: “Aquí con la Asogansucre³⁰ hemos hecho trabajos en realización de videos y siempre hemos contado con su apoyo. También la emisora comunitaria ha sido un aliado pues es un ente con el que contamos en cualquier momento” (Wilmer Gómez).

Otros aliados de Corpoimagen son los capacitadores del proyecto Huellas e Imágenes del Macizo Colombiano, con quienes aún tienen contacto e inclusive les asesoraron en proyectos de realización audiovisual y diseño de impresos; y los miembros de la comunidad que, aunque no integran la Corporación, son sus colaboradores incondicionales. Otra alianza de suma importancia para Corpoimagen es la que ha establecido con EnRed-hijos, una red de colectivos de comunicación del sur del Cauca a la que recientemente pertenecen:

Esta red se organizó con muchos grupos de la región, con emisoras comunitarias, con canales, con colectivos que trabajaban lo audiovisual para hacer algo enfatizado en la comunicación acá en el sur; fue una iniciativa del director de Balboa Estéreo [emisora comunitaria del municipio de Balboa, Cauca] que nos convocó y

³⁰ Asociación de Ganaderos de Sucre. Corpoimagen le produjo un video institucional de trece minutos titulado *Primera feria microempresarial “Conoce y consume lo nuestro”*.

no dejó caer la idea. Ya se habló de los compromisos, los estatutos, la línea de acción que va a tener. Se cuenta con un NIT y la idea es poder formular proyectos, poder estar en capacidad de aplicar a convocatorias como las de Laboratorio de Paz, las de los diferentes ministerios, etc. (Wilmer Gómez).

El trabajo de esta red implica también intercambiar producciones propias entre sus asociados y promover un tipo de retroalimentación sobre este material, además de buscar estrategias conjuntas de financiación.

A dos años de su creación, y tras el desarrollo de algunos proyectos significativos que le han permitido crecer como organización y aprender del oficio audiovisual, el balance hecho en Corpoimagen es positivo. Aunque reconocen que no ha sido fácil consolidarse como organización cultural y audiovisual, confían en que lograrán posicionarse en Sucre y luego en la región del Macizo Colombiano. Por ahora no cuenta con mayores ingresos económicos y en cambio hay una demanda de tiempo del que destinan a labores de las que derivan su sustento; aun así, sus integrantes declaran conservar intacto el compromiso con su organización e imaginan un mejor futuro en cuanto a dotación de equipos, recursos locativos, desarrollo de proyectos que aún están en papel y ampliación de su equipo humano.

En la actualidad, Corpoimagen está formada por seis personas, quienes se distribuyen las distintas labores. Ellos son Wilmer Gómez, representante legal y director, quien además escribe guiones y realiza labores de edición. Karen Dorado es la secretaria del Comité Directivo, además de camarógrafa y editora; Efrén Gironza es el vicepresidente del Comité Directivo y se ocupa del sonido; Miguel Ruíz, preside el Comité Directivo y se encarga de la escritura de proyectos; Jhony Benavides es el tesorero de la Corporación; y Jhonny Ruíz, camarógrafo. Se trata de un grupo joven, cuyo promedio de edad es de 26 años. Cada integrante se reconoce como mestizo, nacido en Sucre o en zonas aledañas. Hay solo un integrante con estudios universitarios en contaduría, encargado exclusivamente de las labores administrativas; cuatro de ellos finalizaron sus estudios secundarios (son bachilleres

técnicos) y uno completó sus estudios primarios. El grupo alterna su actividad en comunicación con otros oficios, algunos de ellos ligados estrechamente a la principal vocación económica de Sucre y región:

Soy una persona que nació en el campo, en la zona rural netamente, y lo que se complementa aquí con lo de Corpoimagen es el trabajo agropecuario. Yo tengo una finquita por ahí, no propia pero sí la administro y eso es lo que hago. Aparte de eso, en estos momentos estoy también administrando un Telecentro, un programa comunitario en comunicaciones para dar acceso a internet a las instituciones públicas (Wilmer Gómez).

La agricultura suele ser la primera opción para los habitantes de Sucre. El resto de oportunidades laborales es muy limitado; ocurre lo mismo con la formación: el municipio no cuenta con un instituto de educación técnica o superior, por lo que la mayoría de jóvenes migra en búsqueda de alternativas de trabajo o estudio a ciudades como Popayán, Pasto y Cali. Este ha sido el caso de algunos integrantes de Corpoimagen que, no obstante, asumen su partida como un paso necesario para regresar a Sucre y con ello robustecer la organización y la comunicación audiovisual que allí se realiza:

Apenas salí de estudiar del colegio aquí en Sucre y ahorita estoy pensando en seguir mis estudios en algo que tiene que ver con los medios de comunicación audiovisual; puede ser diseño gráfico o también puede ser comunicación social. Nosotros estamos buscando fortalecer en sí la Corporación, irnos de aquí, capacitarnos en el tema, en lo que queremos, y venir a apoyar la Corporación y a la comunidad, que es lo más importante (Jhonny Ruíz).

El mismo caso es el de Karen Dorado: “Después de terminar el colegio hice un curso de sistemas en el SENA de Popayán y ahora me vine para Sucre a ver si puedo hacer la etapa práctica del curso que son seis meses”. Wilmer Gómez, por su parte, aún no ha salido del municipio, pero piensa que, llegado el momento, seguiría el mismo plan:

Yo tenía pensado estudiar comunicación social pero el problema, en primer lugar, ha sido el de siempre: los recursos económicos. Había la posibilidad de que en El Bordo [municipio cercano a Sucre que también hace parte del Macizo Colombiano] iban a abrir el Instituto Tecnológico de la Caja de Compensación Familiar del Cauca y este manejaría unas líneas de comunicación audiovisual y también la carrera de comunicación social. Esa era mi esperanza, pero estuve viendo todos los programas que se van a trabajar y ninguno hace el énfasis en la comunicación audiovisual, que es lo que yo aspiraría. El énfasis va a ser en lo agropecuario, pero la idea es seguir en esto, no dejar morir la Corporación y, con recursos o no, seguir trabajando.

Otro rasgo común en algunos miembros de Corpoimagen es su vocación por la imagen y por otras expresiones culturales que cultivaron mucho antes de la formación de la Corporación: “Desde que estaba todavía en el colegio a mí me gustaban las cámaras; siempre me han gustado. Lo que más me gusta es la fotografía y desde entonces tomaba fotos familiares, de las fiestas de la casa y todo eso” (Karen Dorado). Miguel Ruíz, aunque de otra manera, tuvo contacto con la fotografía y especialmente con la danza:

Yo estaba vinculado a la Alcaldía para la coordinación del área de cultura y toda actividad cultural que se hiciera había que tomarle fotografías. En un evento a nivel cultural, a nivel artístico, lo que uno hacía era tomar las fotos. Y el gusto por la cultura viene de la danza. Yo empecé a ensayar las danzas de una manera empírica pues no conocíamos ninguna técnica de coreografía ni de los movimientos porque lo que hacíamos y nos gustaba más era la historia y que esa historia nos la entendieran. De esa forma comenzamos a trabajar con los grupos, mezclando danza y teatro, y salíamos a las diferentes localidades y ganamos reconocimiento.

Tecnologías de comunicación

Como anotamos antes, solo hace algunos años Sucre y algunas poblaciones vecinas entraron en contacto con tecnologías como internet, telefonía celular y televisión por cable. Sin embargo, no toda la población tiene acceso a estos servicios, ni siquiera quienes residen en la cabecera municipal, entre otros motivos, por razones de costo. Durante la última década han llegado al Macizo Colombiano ciertos medios y tecnologías de la comunicación gracias, de un lado, a los procesos de organización social en la región y, de otro, a la ampliación de cobertura que las empresas de telecomunicaciones privadas han adelantado en la zona, gran parte de ella de difícil acceso. Adicionalmente, desde hace unos años funciona en el municipio la radio comunitaria Sucre Estéreo³¹. De estos medios, la televisión, el internet y la telefonía son de suma importancia para Sucre pues permiten a sus pobladores conectarse con el exterior. La prensa escrita ayuda pero es insuficiente pues solo llega “cuando algún viajero va hasta Popayán y trae algún periódico” (Miguel Ruíz). En cuanto a Internet,

En Sucre apenas llegó hace cuatro años. En estos momentos todo el mundo habla de internet, sobre todo los jóvenes que lo usan en el colegio cuando no está dañado. Pero yo pienso que todavía hay jóvenes, sobre todo los que dejan de estudiar, que sienten temor de sentarse al frente de un computador, mientras que los que siguen estudiando van desarrollando más atracción por el internet y los computadores. También los adultos sienten temor por el computador, inclusive los presidentes de las juntas de Acción Comunal que dicen: “¡No, si lo toco lo daño!” (Miguel Ruíz).

La relación de los jóvenes de Sucre con internet parece estar esencialmente mediada por el acceso a esta tecnología que tienen en el colegio al cursar las asignaturas de informática. Sin embargo, en el caso de los miembros de Corpoimagen, esta relación también estuvo

³¹ Otro modo de comunicación intensamente usado en Sucre es el perifoneo.

mediada por su acercamiento a los medios audiovisuales, en especial, quienes tuvieron acceso al uso de computadores para el aprendizaje de edición de video.

A estas alturas de la vida, todo ya está haciéndose más por internet. Por ejemplo: uno puede acceder desde internet a casi todos los servicios que presta el gobierno. De otro lado, el correo electrónico es vital para la comunicación para intercambiar cosas, para hacer trabajos. Se vuelve uno como dependiente de ese sistema porque realmente uno acorta las distancias y el acceso que hemos tenido es porque ha habido la necesidad de tener internet y trabajar muchas cosas pensando en esa herramienta (Wilmer Gómez).

Como vemos, los integrantes de la Corporación resultan beneficiados dentro de su comunidad por el acceso que han tenido a tecnologías de comunicación: “Varios de quienes pertenecemos a Corpoimagen tuvimos acceso a los computadores y todo eso en parte por el proyecto Huellas e Imágenes del Macizo Colombiano, acceso que algunos muchachos de aquí de Sucre no han tenido porque, aunque hay internet en el colegio, siempre mantiene dañado. Eso hace una diferencia para nosotros” (Karen Dorado). A partir de la conformación de Corpoimagen y en especial de su relación con tecnologías audiovisuales, algunos de sus miembros se han venido familiarizando cada vez más con distintas herramientas y programas informáticos ligados a la imagen fija y la edición de video y de sonido (*Photoshop*, *Audio Edition*, etc.). Inclusive, algunos navegan en sitios especializados en equipos audiovisuales de edición y grabación. No exentos del *boom* de las redes sociales virtuales, la mayoría de miembros de la organización dispone de cuenta personal en Facebook y uno de ellos tiene un blog desde donde cuenta de modo general su experiencia en Corpoimagen³². Pese a lo anterior, este nivel de apropiación tecnológica no ha significado que el colectivo cuente con un sitio en la red (web o blog), y tampoco que su material audiovisual³³ circule en sitios gratuitos como Vimeo o YouTube.

³² Disponible en: www.wilmergomez.wordpress.com

³³ Se trata de *Para ti sucreña*. El enlace electrónico del video se encuentra en el blog personal de Wilmer Gómez.

Materiales y temas audiovisuales

Tras revisar el material audiovisual producido por Corpoimagen encontramos en este un tema recurrente: el municipio de Sucre visto en diversos aspectos como la identidad cultural, las tradiciones, la memoria, sus organizaciones sociales y proyectos, las personalidades locales y sus historias, las celebraciones populares y los encuentros de danza. Miguel Ruíz destaca que en los audiovisuales “se ha tocado la parte social y también los mitos, las leyendas locales”. Por su parte, Wilmer Gómez habla del audiovisual como un medio para “conocer nuestra historia y los procesos culturales que se desarrollan en nuestra región”. Lo local como tema de trabajo se expresa en producciones como *Vida de pueblo*, una recreación en imágenes acompañadas de algunos intertítulos y de música local, de las actividades agrícolas, festividades, gentes y lugares representativos de Sucre. El audiovisual dura doce minutos y fue realizado dentro del proyecto Huellas e Imágenes del Macizo Colombiano. Una segunda versión de este documental es *Sucre*, un resumen de *Vida de pueblo*, de tres minutos de duración en que las imágenes son acompañadas de una voz en *off* y de música. También *Desastre natural en el municipio de Sucre* alude a lo local. Es el registro documental de los efectos del desbordamiento del río Mazamorra y de cómo afectó el territorio y a sus pobladores. Para este fue necesario hacer un recorrido que organizó la Alcaldía y que fue acompañado por el cuerpo de bomberos y un grupo de voluntarios que bordearon la cuenca del río hasta la parte alta donde quedó obstruido su cauce. En este trabajo, a manera de reportero informal, el camarógrafo siempre fuera de cuadro, conversa con las personas y en ocasiones comenta la situación. Es el único trabajo de estas características grabado por la Corporación y fue utilizado como evidencia que presentaron a las autoridades municipales para el censo de damnificados y enviado a la Gobernación del Cauca para la solicitud de ayudas. También referido a sucesos locales extraordinarios es *El misionero*, primer audiovisual realizado por el colectivo. Es una ficción de diez minutos de duración en la que “se muestran diferentes hechos que sucedieron en esta localidad alrededor de la llegada de un

cura falso que aprovechó el catolicismo de la gente y la situación de receso de los servicios sacerdotales por culpa de la violencia que por esos días azotaba a la población, para realizar actos equivocados en nuestra comunidad” (Wilmer Gómez). Todos los personajes de *El misionero* fueron representados por habitantes de Sucre y, en general, su realización involucró la participación de la comunidad, despertando gran interés entre esta.

También se relacionan con lo local como tema audiovisual los registros que Corpoimagen regularmente hace de eventos comunitarios de diverso tipo: festivales, encuentros, concursos, etc. En este tipo de registros predominan las imágenes documentales acompañadas por intertítulos y algunas entrevistas que ofrecen mayor contexto al espectador. Se destaca entre estos eventos el realizado cada año bajo el nombre Concurso Inter-escolar de Danza, Canto y Poesía, registrado *ad honorem* por Corpoimagen en sus últimas tres versiones. De cada una de estas Corpoimagen ha realizado un video que no excede los treinta minutos de duración. La música local también ha sido parte de los intereses de Corpoimagen. Por ello realizaron el videoclip *Para ti sucreña*, de la canción del mismo nombre interpretada por la agrupación local Juan Kennedy y la Nueva Integración. Fue grabado en parajes naturales del municipio y tiene una duración de cuatro minutos. En la línea temática de lo local, la organización planea realizar un documental que recoja los antecedentes socio-políticos de Sucre, centrándose en especial en un proceso del que participaron los diversos actores de la localidad:

Aquí en Sucre sucedió algo muy lindo que fue el proceso organizativo del Municipio. A eso queremos apuntarle con un documental porque ahorita ya volvimos a la política tradicional. Resulta que para el proceso de municipalización la gente se organizó, con ayuda de personas de la Universidad del Cauca y de gente que asesoró. Se hizo todo el trabajo organizativo que fue largo para que Sucre pudiera ser un municipio y la gente estuvo muy unida. Los líderes y la comunidad lograron que Sucre se volviera un municipio. A partir de ese logro la gente siguió organizándose y

decidió que eligiéramos nuestro alcalde de una manera distinta a la política tradicional. La gente dijo: “Entre todos nosotros, ya sea en un cabildo, en una asamblea o por consultas populares elijamos quién queremos que sea nuestro alcalde y no que porque vino un tipo equis con cierta cantidad de dinero, cierto partido político y apoye, sino que saliera de aquí del municipio”. Se habló de un proceso comunitario de elección popular para convocar una consulta con personas de aquí, sucreñas, que aspiraban a ejercer el cargo de alcalde y la comunidad decidiera. Y entonces cuando ya se tenía el candidato como tal se hacían las inscripciones formales en la Registraduría, cosa que cuando se hacían las elecciones aquí ya se sabía cuál candidato iba a ser el elegido por la comunidad. Sin embargo, desgraciadamente, de un tiempo para acá estamos volviendo a la política tradicional (Miguel Ruíz).

Corpoimagen concibe este proyecto documental como un ejercicio de reflexión que quiere presentar a la comunidad a propósito de sus procesos organizativos actuales. Se trataría de una iniciativa ambiciosa:

La idea es que se debe hacer un trabajo muy bueno en lo investigativo, lo técnico y en todo sentido. Por eso nosotros estamos pensando en hacer una coproducción para poder trabajar más lo de investigación, haciéndola lo más profunda posible para obtener el resultado que buscamos; y en la parte técnica hacer una inversión porque la idea es que se transmita en los canales locales e inclusive en Señal Colombia (Wilmer Gómez).

Dinámicas de trabajo

A partir de los testimonios recogidos es posible rastrear elementos del modo de trabajo audiovisual de la Corporación. Uno de ellos es que las actividades audiovisuales no son permanentes y que el desarrollo de proyectos depende, en parte, de la disponibilidad de sus in-

tegrantes, según las responsabilidades laborales y familiares de cada quien.

Las dinámicas de trabajo siempre las determina el momento, la circunstancia o el espacio donde y cuando sucedan. Por ejemplo, si hay la posibilidad de realizar determinado tipo de trabajo, entonces nos reunimos y se habla quién tiene esa disponibilidad de trabajar y de hacer el acompañamiento, sea este con retribuciones económicas o puede ser simplemente por el entusiasmo y las ganas (Wilmer Gómez).

La falta de disponibilidad permanente de los integrantes hace que para la Corporación sea importante la formación integral en las distintas áreas técnicas (cámara, edición, etc.), de manera que cualquiera pueda asumir de forma autónoma la realización de los proyectos. Wilmer Gómez es quien en este momento lidera el colectivo y se encarga de organizar, por lo menos, una reunión mensual para hacer un balance del trabajo y tomar decisiones hacia el futuro: “Toda nuestra organización y los cronogramas de trabajo giran en torno al consenso. Nos reunimos y entre todos decidimos cuál es la mejor opción; así siempre ha sido. Todo es opinando y buscando siempre el mejor resultado. Todo es consenso” (Wilmer Gómez). Por fuera de estas reuniones y de los proyectos, los integrantes mantienen una comunicación permanente vía telefónica, en particular aquellos que, como Wilmer, viven fuera de la cabecera municipal de Sucre.

A pesar del entusiasmo, los miembros de Corpoimagen reconocen como un riesgo que en la mayoría de casos se trabaje sin remuneración, pues como nada asegura la continuidad económica de los proyectos, existe la posibilidad de que en cualquier momento deban decidir a favor de sus prioridades inmediatas y alejarse de la organización, como ya ha sucedido: “El compañero que se nos fue no lo hizo por desinterés, sino porque tenía su responsabilidad, su esposa y sus compromisos familiares, y quiso buscar su propio horizonte” (Jhonny Ruíz). Es por esta razón que Corpoimagen viene pensando en convo-

car a nuevas personas, sobre todo jóvenes, que puedan ser capacitadas por el actual equipo de trabajo:

Debemos reflexionar sobre qué espacios podemos generar para que otras personas que estén interesadas ingresen a la Corporación. El hecho de que falte una de las personas que inició no debe generar un vacío que haga que cada vez seamos menos o se vaya a quedar a un lado lo del medio audiovisual. Se puede hacer una réplica de las capacitaciones que recibimos en las instituciones educativas del municipio (Miguel Ruíz).

En concordancia con este propósito, en el año 2010 Corpoimagen realizó una serie de talleres sobre realización audiovisual dirigida a jóvenes de último grado de la institución educativa local. En un futuro, la idea es formalizar un convenio con esa entidad y asociar esas capacitaciones con la actividad de alfabetización por fuera del colegio que deben realizar todos los estudiantes en undécimo grado.

Con relación al trabajo propiamente audiovisual, Corpoimagen opera sobre la base del método aprendido durante el desarrollo de Huellas e Imágenes del Macizo Colombiano, que incluye la investigación previa sobre el tema, con observación en campo y entrevistas, la escritura del guión, la grabación y la edición. No se graba sin un guión o por lo menos sin un cuestionario de entrevista medianamente estructurado; declaran ser rigurosos con su trabajo, ajustándose a los equipos técnicos con que cuentan: una cámara Handycam mini DV, un micrófono omnidireccional y una estación de edición con programa de edición *Premiere*:

Lo del *script* y todo eso también lo hemos llevado a cabo, pero no tan rigurosamente porque nosotros somos los que editamos. Yo entiendo que esa rigurosidad se necesita sobre todo cuando quien graba no edita. Aquí la persona que venga a editar tiene que tener todo organizado. Los últimos videos los he editado yo y yo me he guiado, más que todo, por el guión y la investigación (Wilmer Gómez).

Lo importante es que la Corporación esté viva: Estrategias de financiación

La Corporación capta recursos mediante la prestación de servicios por la realización de videos institucionales y por la coordinación logística de eventos locales. Con estos recursos ha formado un fondo con el que cubren gastos fijos como el alquiler de la sede donde operan y la compra de insumos variados; de este fondo resulta un ahorro que planean destinar a la compra de nuevos equipos audiovisuales. Ninguno de los miembros ha debido contribuir económicamente para el sostenimiento de Corpoimagen. En cambio, aunque de manera muy ocasional, han recibido algunas bonificaciones cuando los ingresos sobrepasan lo que cada mes destinan al fondo de ahorro: “Nosotros no recibimos un salario como tal, pero lo importante es que la Corporación esté viva y que en algún momento pueda ser que se equilibre todo. Esa es la idea: seguir trabajando para seguir acrecentando el pequeño fondo que tenemos y poder sobrevivir (Wilmer Gómez).

Como decíamos antes, la Corporación ha logrado contar con el apoyo ocasional de la Alcaldía y hace poco fue incluida en el Plan de Desarrollo de esa entidad, dentro de la línea de Comunicación que incluye las áreas de video y radio, de la que también hace parte la emisora comunitaria Sucre Estéreo. Esto abre la posibilidad de que en los próximos años haya fuentes de financiación que robustezcan el trabajo de Corpoimagen. Aunque la Alcaldía ha sido importante en la continuidad del grupo, han surgido ciertos inconvenientes relacionados con la naturaleza jurídica de la organización:

No sé si nosotros erramos en el momento en que hicimos nuestros estatutos muy amplios y en el momento en que nos inscribimos a la DIAN pues quedamos en categoría de Régimen Común. Entonces cuando nosotros contratamos con la Alcaldía tenemos que pagar unos impuestos y todo eso hace que para la Alcaldía parezca que nosotros cobramos mucho, pero en parte es ese impuesto del Régimen Común que nos absorbe. Entonces el municipio dice que les saldría mejor contratar con una persona natural que con la Corporación.

Esa es una debilidad que nosotros hemos estado viendo cómo resolver. Hasta hemos pensando en estos días que tal vez resulte mejor liquidar la Corporación y formarla de nuevo. Se trata de mirar qué acción legal se puede hacer para cambiar de Régimen Común a Régimen Simplificado (Miguel Ruíz).

Hallar una solución para esta circunstancia es fundamental para decidir lo que va a suceder con la Corporación, pues está en riesgo la vinculación con su más importante aliado económico.

***¿Soy yo?!*: Públicos y modos de circulación audiovisual**

Con la idea original de lograr en la gente “ese efecto de reconocerse en las pantallas” (Wilmer Gómez), en Corpoimagen imaginaron poder aliarse al operador de cable que funcionaba en el municipio para emitir allí sus trabajos audiovisuales; sin embargo, no fue posible debido a que la empresa suspendió sus actividades. A partir de entonces, re-dimensionaron su reto: además de producir audiovisuales, había que pensar de qué manera los iban a hacer circular.

En el año 2007, Corpoimagen produjo —como parte del proyecto Huellas e Imágenes del Macizo Colombiano— el cortometraje de ficción *El misionero*; finalizada su edición, se proyectó en el parque principal del pueblo, obteniendo un reconocimiento unánime del público. Desde entonces, las presentaciones públicas al aire libre han sido el principal modo de circulación de su trabajo audiovisual y de relación con la comunidad sucreña:

Se convocó a la gente por perifoneo y todos contentos esperando a ver el video; llegó bastante gente, no solo los que colaboraron. Después de presentada hubo aplausos y hubo gente que quería que lo presentaran otra vez y que querían a cada rato que les presentáramos ese video. Todos estaban súper contentos. La gente que actuó se miraba y felices. Fue una experiencia muy bonita (Karen Dorado).

Las proyecciones al aire libre continuaron y el espacio, llamado Cine al Parque, se institucionalizó con dos proyecciones por semana en horario nocturno. Se trató de una actividad nueva en la cotidianidad del municipio; una iniciativa pública de esparcimiento³⁴ que pronto creó una rutina tan fuerte en su convocatoria que inclusive, por momentos, como lo asegura Karen Dorado, “la gente dejó de ver telenovelas para ir a ver los videos. Iba la familia completa porque eso quería la gente: ver lo de aquí de Sucre”. Además de los videos realizados por Corpoimagen, proyectados a manera de *estreno* tan pronto eran finalizados, algunas de estas sesiones incluían ficciones comerciales y documentales de tipo cultural: “Ahí también se aprovechó para presentar unos documentales de la Maleta Documental Maciceña³⁵. De esa actividad también participó el secretario de Gobierno que tiene una colección de películas de géneros comerciales, gringos, de acción y de aventuras, pero lo que nosotros queríamos era que la gente no siguiera con esa rutina de Caracol, RCN y todos los canales que tenemos ahorita” (Wilmer Gómez).

La organización había hallado el espacio ideal de encuentro entre la comunidad y su material audiovisual, convirtiendo Cine al Parque en una actividad de enorme impacto social³⁶; no obstante, con el paso del tiempo, la actividad fue perdiendo vigor debido “al hecho de no contar con equipos de proyección propios y por las lluvias” (Wilmer Gómez), hasta que fue suspendida después de un año ininterrumpido. Corpoimagen planea retomar esta iniciativa para lo cual le gustaría contar con su propio equipo de proyección y su respectivo telón, así como establecer una dinámica de diálogo con los espectadores, presentar nuevos videos hechos por la organización y diseñar ciclos de películas con criterios claros de escogencia:

³⁴ Así lo entendió el Coordinador Municipal de Cultura, quien apoyó esta iniciativa con el préstamo del proyector de video.

³⁵ Las piezas que forman parte de la Maleta Documental Maciceña fueron emitidas por Señal Colombia dentro del programa *La vitrina*.

³⁶ En eventos locales de diverso tipo, espontáneamente Corpoimagen echó mano de un recurso sencillo, pero de gran impacto en la comunidad: “En los eventos, cogíamos la cámara, un televisor y mostrábamos a la misma gente en la pantalla; entonces la gente iba pasando y se miraba en la televisión y decía: ‘¿Soy yo?!’. ¡Muchos no se lo creían!” (Miguel Ruíz).

Ahorita para la Semana Santa vamos a retomar Cine al Parque. Al coordinador de Cultura ya se le dijo que ahí está Corpoimagen y se va a adquirir un telón grande y un *video-beam*. La idea es que cada semana nosotros produzcamos algo, así sea cortico, en que mostremos nuestra región, nuestra gente, pues eso es lo que les gusta ver. Mostrar aunque sea cinco minuticos y dejar a la gente como a la expectativa; así como lo hace la televisión que hoy pasa un pedazo y mañana otro pedazo; como decir: “Si quiere seguir la historia, venga dentro de ocho días”. Yo pienso que es una de las oportunidades que se tiene para no quedarnos quietos (Miguel Ruíz).

Miguel menciona otra forma de trabajo que les permite relacionarse con la comunidad: la grabación de reuniones familiares:

Había momentos cuando nosotros andábamos con la cámara para acá y para allá que la gente llegaba y nos decía: “Es que tenemos una primera comunión. ¿Por qué no nos hace el favor y nos la graba?”, o “es que tenemos el cumpleaños de la abuelita que ya va a cumplir 100 años; entonces ¿por qué no le hacemos algo a ella para que nos quede el recuerdo?” (Miguel Ruíz).

Una estrategia de circulación del trabajo audiovisual que funciona más allá de Sucre es EnRed-Hijos, la red de comunicación regional a la que ahora pertenece la Corporación. Como ya señalamos, esta fomenta el intercambio de experiencias y productos de comunicación. Por otro lado, una estrategia que permitiría situar el trabajo audiovisual de Corpoimagen más allá de Sucre y la región es aprovechar internet, recurso que aún no ha sido utilizado aunque ya está en los planes de la organización: “La tarea inmediata que tenemos es crear la página de la Corporación, que esta pueda ser la ventana al mundo para dar a conocer quiénes somos, a qué le apuntamos, cuál ha sido nuestro trabajo, cuál nuestra experiencia a nivel local y poderla compartir con muchas personas que a diario están conectadas a la red” (Wilmer Gómez).

Autovaloración del trabajo audiovisual

Desde la perspectiva interna, el equipo humano de Corpoimagen hace un balance positivo de sus dos años de funcionamiento y nota un avance en su propósito por consolidar una propuesta comunicativa. Sin embargo, reconocen ciertas debilidades en su trabajo. Una de ellas es la inconstancia de su producción audiovisual, debida, en gran medida, a las limitaciones de tiempo de sus integrantes, lo que ha hecho que las actividades básicas de la organización hayan recaído especialmente en el representante legal:

Una debilidad sería la inestabilidad de los que iniciamos, es decir, como hoy estamos, mañana no estamos. Si estamos en Sucre o si estamos por fuera, hay que definir qué papel jugamos cada uno de los que pertenecemos a la Corporación. Esa es una forma para no dejar morir los sueños que nos dieron pauta para conformar la Corporación y para seguir trabajando el medio audiovisual (Miguel Ruíz).

En cuanto a lo audiovisual, Corpoimagen se muestra autocrítica con sus primeras piezas y percibe una evolución en las más recientes:

Pienso que ha habido falencias del trabajo. Yo me pongo a ver un video que hicimos antes y uno que hemos hecho ahora y yo veo ciertos cambios, sobre todo, en la edición. Hemos aprendido que no se trata simplemente de poner imágenes y de aumentar volumen y listo. Ahorita uno tiene que tener en cuenta la coherencia entre las imágenes. Por cuestión de autocrítica ahora sí decimos: “No, esto está feo; esto saquémoslo; esto pongámoslo” (Wilmer Gómez).

Sobre este tema considera Miguel Ruíz que “lo que hemos hecho hasta el momento son ensayos; ensayos de cómo nosotros podemos tener mucha más experiencia en hacer estos trabajos, o sea, en pasar las vivencias a escena. Con base en *El misionero* uno ve que nos quedamos cortos. Entonces se trata de saber cómo esas ideas que nosotros tenemos volverlas imágenes”. La práctica ha sido la base para aprender el oficio:

Nosotros estábamos fallando: no identificábamos si la escena la hacíamos de día y si era una escena que era al otro día, ¿cómo hacíamos ese cambio? Esa situación la hemos mejorado. Y sobre todo también la parte de cómo entra la imagen y cómo sale la imagen porque esa era otra cosa que nosotros no la teníamos en cuenta en el primer trabajo. Por eso yo digo que son ensayos; porque a todo lo que hemos hecho le hemos encontrado errores, vacíos. Entonces decimos: “Hay que mejorar esta situación” y así es como nosotros nos vamos encaminando cada vez más (Miguel Ruíz).

Wilmer Gómez destaca que las fallas más recurrentes en el material producido corresponden a problemas de sonido en la grabación:

Ahora contamos con herramientas y aplicaciones que nos permiten hacer mejores trabajos en cuanto al sonido en la edición, pero hay cosas que realmente a veces no quedan bien, no porque uno no quiera, sino porque realmente el medio, el viento, lo que sea, lo impide. A veces la gente no habla duro y el sonido, que lo trabajamos no con un *boom* sino con un micrófono sencillito, no podemos situarlo a mucha distancia y nos toca meterlo siempre en el cuadro (Wilmer Gómez).

Como las debilidades, Corpoimagen identifica las fortalezas de su trabajo audiovisual:

La fortaleza es que hay mucho trabajo por hacer en el medio audiovisual. Hay mucho conocimiento que se puede dar a conocer a las diferentes localidades. Hay mucha gente interesada en el medio audiovisual. También contamos con una base para seguir adelantando procesos del audiovisual. Hay algo sólido que es la Corporación. Todo eso cuenta como fortaleza. Contamos con un grupo que está capacitado y quiere trabajar. Esa es otra gran fortaleza (Miguel Ruíz).

El Medio: Corporación Audiovisual de Nariño³⁷

El Festival Internacional de Cine de Pasto (Ficpa), realizado en la capital del departamento de Nariño, es el evento de exhibición y formación de público con mayor tradición en la región³⁸. Es una iniciativa gestada y organizada desde hace seis años por El Medio-Corporación Audiovisual de Nariño y ha sido lugar de encuentro para los realizadores nariñenses, sitio donde la producción audiovisual ha aumentado en los últimos diez años. Parte de este crecimiento es posible atribuirlo a la realización del programa de formación audiovisual en las regiones Imaginando Nuestra Imagen (INI), de la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura³⁹. Durante las seis ediciones que lleva, el INI ha acercado el lenguaje audiovisual a este departamento donde existe poca oferta de capacitación profesional en este campo.

³⁷ La investigación que da soporte a estas notas y su redacción estuvieron a cargo de Juan Paulo Galeano Yunda. Las informaciones fueron colectadas durante la quinta versión del Festival, en Agosto de 2009, por lo que se comprenderá que no dé cuenta de las transformaciones ocurridas en la organización desde entonces. Fueron entrevistados su director y algunos realizadores audiovisuales nariñenses participantes del Festival. La edición final del texto fue hecha por Gerylee Polanco Uribe.

³⁸ En la región suroccidental existen experiencias similares pero con una trayectoria menor a tres años, la mayoría en el departamento del Valle: Festival Nacional de Cine y Video Comunitario, Muestra Audiovisual Intravenosa, Muestra audiovisual VEO, Festival Internacional de Cine de Cali, Festival de Cortometrajes de La Unión y Muestra Otras Ciudades; en el departamento del Cauca solo se registra el Festival de Cine Corto de Popayán; y en Nariño, además de Festival Internacional, se realiza el Maratón Audiovisual 3D.

³⁹ Programa que “ofrece capacitación integral a colectivos audiovisuales que cuentan con infraestructura disponible, con el fin de generar nichos de producción cinematográfica sostenibles en el tiempo. Para ello, se ocupa de abordar las habilidades y oficios que resultan básicos para la generación de imágenes en movimiento”, según el Portafolio de Convocatorias del Ministerio de Cultura de 2008. El gestor local de INI ha sido el Fondo Mixto de Cultura de Nariño.

Los inicios de un festival

Para caracterizar a El Medio como organizador del Ficpa habría que remitirse a los antecedentes de este. La organización surge del entusiasmo de un grupo de personas interesadas por el quehacer audiovisual, tanto en la producción como en la formación de públicos. Su principal objetivo está expresado en el blog del festival: “Generar escenarios propicios en la región para iniciar procesos endógenos de fortalecimiento del audiovisual. Con el desarrollo de festivales y muestras audiovisuales, la organización de cineclubes y la realización audiovisual que, sumadas a otras actividades culturales, permitan el diálogo e intercambio de conocimientos y aprendizajes entre el público y los realizadores”⁴⁰.

Dedicados a la producción de cortometrajes, en un principio los asociados de esta productora vieron la necesidad de crear un festival en la región. Es así como un año después de creada la organización, el Ficpa tuvo su génesis, según relata su director y cofundador Giovanni Insuasty⁴¹:

En el año 2005 la Universidad de Nariño abrió un diplomado en cinematografía y conocimos a varios amigos, entre ellos a Juan Argoty con quien realizamos un cortometraje, que luego enviamos al Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia. Allá tuve la oportunidad de ver cómo funcionaba; hablé con Víctor Gaviria⁴² y él se ofreció muy gustoso a venir a Pasto, nos pidió que lo trajéramos. Regresamos a nuestra ciudad y dentro de ese diplomado había unas falencias que nosotros exigimos que fueran superadas por la Universidad y entonces solicitamos que dentro de los 100 años que cumplía la Universidad se financiara la traída de Víctor Gaviria. Ahí dijimos: “Hagamos un festival”, y organizamos la primera edición.

⁴⁰ Disponible en: www.festicinepasto.blogspot.com/2009/07/1.html.

⁴¹ Giovanni, además, se ha desempeñado como presidente del Consejo Departamental de Cinematografía y Audiovisuales de Nariño desde 2007 y también ha sido representante del sector cinematográfico ante el Consejo de Cultura de Pasto.

⁴² Cineasta y director del festival en mención.

Entonces, “por primera vez la ciudad fue inundada de imágenes en movimiento, narraciones, relatos y discursos audiovisuales que durante maratónicas jornadas ocuparon el corazón de los nariñenses, que hasta ese entonces carecían de espacios para apreciar ‘el otro cine’”⁴³. En noviembre de 2005, El Medio llevó a cabo la inauguración del Ficpa, y además de la participación de Víctor Gaviria se contó con la presencia de Felipe Moreno⁴⁴ como invitados especiales, quienes ofrecieron talleres de formación de públicos. Ambos pudieron asistir gracias a convenios adelantados con la Universidad Mariana y la Universidad Autónoma de Nariño. Se contó con recursos de la Dirección Municipal de Cultura de Pasto y el auspicio del Fondo Mixto de Cultura de Nariño.

Esta primera versión del Festival sirvió para conocer que en la región existía buen número de producciones audiovisuales a la espera de un espacio de encuentro con pares y espectadores. En una de las secciones del Festival llamada Nudo de los Pastos se contó con la participación de 42 cortometrajes. Esta nutrida muestra fue exhibida luego en el III Festival Internacional de Cortometrajes y Escuelas de Cine El Espejo de Bogotá, en el año 2006, en una sección especial dedicada al Ficpa.

Para la segunda edición, titulada Imágenes del Sur, El Medio contó con un estímulo económico del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico de Colombia al ganar la convocatoria de esta entidad en la categoría de Formación de Públicos. Se mantuvo el apoyo de la Universidad Mariana y la Universidad Autónoma de Nariño, y se sumaron los aportes de la Casa de la Cultura, el Teatro Imperial y la empresa privada.

En esa ocasión, el Festival se volvió a concebir con carácter gratuito y se contó con la presencia de Edgardo Román⁴⁵, Carlos Bernal⁴⁶, Oscar Campo⁴⁷, Vinicio Cóndor⁴⁸ y Felipe Moreno, quienes ofrecieron confe-

⁴³ Disponible en: www.gratisweb.com/elmediopasto/.

⁴⁴ Director del Festival de Cortometrajes y Escuelas de Cine El Espejo.

⁴⁵ Actor que presentó en el Festival la película *La historia del baúl rosado*, de la que fue protagonista.

⁴⁶ Cineasta y docente de la Pontificia Universidad Javeriana en Bogotá y de la Universidad del Magdalena en Santa Marta.

⁴⁷ Cineasta y docente de la Universidad del Valle en Cali.

⁴⁸ Fotógrafo y documentalista ecuatoriano.

rencias acerca de su trabajo en el campo audiovisual. Se mantuvo la muestra regional Nudo de los Pastos y se realizó una pequeña muestra internacional con filmes de Ecuador y Venezuela.

La edición 2007, a diferencia de las dos anteriores, obtuvo un apoyo económico menor, realizándose gracias a los aportes de Giovanni Insuasty, los integrantes de El Medio, la Universidad de Nariño, el Fondo Mixto de Cultura de Nariño y varios hoteles de la ciudad. Fue una versión austera, en la que se privilegió a los jóvenes realizadores del país y al cual fueron invitados el realizador Leonardo Cubillos, la productora Diana Caicedo y el animador Álvaro Bautista. Se contó con la participación de dos muestras, una española de diez cortos y otra de la Universidad del Valle con producciones realizadas por estudiantes de la Escuela de Comunicación Social.

En 2008, el cuarto festival contó con el patrocinio de la Gobernación de Nariño y tuvo como invitado al actor Salvo Basile⁴⁹ quien presentó la película *El cielo* y ofició como representante del Festival de Cine de Cartagena en el Ficpa.

No hay quinto malo

El V Festival Internacional de Cine de Pasto ha sido la versión más ambiciosa por los recursos con los que contó. La Gobernación de Nariño fue el gran patrocinador e incluyó al Ficpa dentro del Primer Encuentro Internacional de Culturas Andinas⁵⁰, hecho que le brindó un respaldo institucional y un reconocimiento social como proyecto cultural de importancia para la ciudad y la región, dada su magnitud y su carácter internacional. En 2009 El Medio ganó, por segunda vez,

⁴⁹ Actor italiano y productor de cine que desde hace muchos años reside en Colombia.

⁵⁰ Se trata del encuentro internacional de países y culturas andinas, “donde se darán cita distintos representantes de la América Andina para intercambiar conocimientos sobre las prácticas y saberes ancestrales, con la presencia de Académicos, Chamanes, Taitas y Payés del continente para un acercamiento al sorprendente porvenir de la *ancestralidad* desde una comprensión de la magnitud del rito” (Folleto del evento, 2009).

una de las subvenciones otorgadas por el Fondo de Desarrollo de Cinematografía.

Con un mayor presupuesto, se amplió el rango de cobertura mediática (promoción regional y nacional) y se incrementó el impacto social (si se tiene en cuenta que el evento por primera vez convocó de forma abierta y directa a toda la ciudad en los distintos espacios destinados a las proyecciones)⁵¹. Ha sido también la edición con mayor número de invitados, entre los que estuvieron los colombianos Felipe Aljure⁵², Andy Baiz⁵³ y Ricardo Coral-Dorado⁵⁴; los investigadores Giovanni Don Francesco⁵⁵, Anne Burkhardt⁵⁶ y Dorothea Wolf-Nuerberg⁵⁷; representantes de festivales internacionales de cine como Humberto Mancilla⁵⁸, Juan Martín Cueva⁵⁹ y Jaime Noguera⁶⁰; de la industrias cinematográfica y televisiva, Herney Luna⁶¹, Diego Ramírez⁶² y Julián Giraldo⁶³; además de la participación especial de la documentalista Marta Rodríguez⁶⁴. En esa ocasión se rindió un homenaje

⁵¹ Los espacios de exhibición habituales habían sido el Teatro Imperial o los auditorios de las universidades. En esta edición estuvieron habilitadas algunas salas de Cine Colombia del centro comercial Valle de Atriz, lo que atrajo otro tipo de público.

⁵² Cineasta y exdirector de Cinematografía del Ministerio de Cultura.

⁵³ Cineasta.

⁵⁴ Cineasta nariñense.

⁵⁵ Cineasta italiano, una de cuyas películas participó en el Festival.

⁵⁶ Crítica alemana de cine latinoamericano. Desarrolló como tesis de postgrado un estudio sobre el cine colombiano.

⁵⁷ Productora alemana de cine que trabaja con la Fundación Horizontes Colombianos, desde donde realizó el argumental hablado enteramente en lengua indígena *El origen de los pueblos Tikuna*.

⁵⁸ Director de la Muestra Boliviana de Cine de Derechos Humanos El Séptimo Ojo es Tuyo.

⁵⁹ Cineasta ecuatoriano y director del Festival de Cine Cero Latitud de Quito.

⁶⁰ Director del Festival Internacional de Cortometrajes y Cine Alternativo de Benalmádena (Ficcab) de España.

⁶¹ Director de telenovelas en Colombia.

⁶² Director de Mercadeo y Estrategia de Dínamo Producciones.

⁶³ Productor de cine y gerente de RCN-Cine y de RCN-Comerciales.

⁶⁴ Una de las pocas mujeres documentalistas del país que trabaja en este medio desde 1960. Sus filmes abordan, entre otras, temáticas relacionadas con movimientos sociales indígenas.

al actor Humberto Dorado mediante una muestra de su trabajo actoral en películas colombianas.

En la programación del v Festival se realizaron varias muestras de dos festivales relacionados con los mundos andino y latinoamericano como el Festival de los Derechos Humanos (Bolivia) y el Festival Cero Latitud de Quito (Ecuador). También se proyectaron la vii Muestra Mujeres Audiovisual (Bogotá), parte de los cortometrajes del programa Imaginando Nuestra Imagen y del Festival de Cine de Toro (Valle del Cauca); se volvió a exhibir una selección del ix Festival de Cortometrajes y Escuelas de Cine El Espejo y de Cine Alternativo e Independiente de España con obras del xi Festival Internacional de Cortometrajes y Cine Alternativo de Benalmádena, así como la retrospectiva del director Enrique García titulada La Máquina Malagueña. Finalmente, se presentó la iii Muestra Las Cámaras de la Diversidad de la Unesco. En la sección Nudo de los Pastos se presentaron 109 cortometrajes. Sin duda, el Festival creció.

En esa oportunidad se entregó por primera vez la estatuilla Sol de los Pastos, tanto para la sección de largometrajes como de cortometrajes. El galardón a Mejor Película fue para *Cementerio de elefantes* (Bolivia) y en la categoría de cortometrajes se premiaron cuatro obras. En 2009 fue posible ofrecer un encuentro de expertos, creadores y espectadores alrededor del cine y el video nacional e internacional, bajo una temática andina en consonancia con el Primer Encuentro Internacional de Culturas Andinas. De hecho, el Festival abrió con una película boliviana (aunque realizada por un cineasta japonés), *El regalo de la Pacha Mama*: “La ciudad tuvo la oportunidad de ver varias piezas del cine indígena que por lo general es difícil de encontrar y de este tuvimos varias producciones en cortometraje; yo creo que eso ayuda a crear ciudadanos más tolerantes, ciudadanos más conscientes de la diversidad, de que somos un país diverso, una región diversa” (Giovanny).

En cierto sentido el tema elegido para el Festival apostó por diferentes expresiones de la cultura andina, con películas y videos reservados a muestras académicas que entonces se exhibieron a un público más amplio y dieron la posibilidad de ampliar una mirada de la realidad:

Mucha gente no conocía cuál era la realidad de los indígenas; no conocía lo de la marcha que hicieron desde el Cauca hasta Bogotá, porque los medios tradicionales tergiversaban tanto la información y decían que eran guerrilleros. Ver desde adentro esta situación, cómo los propios realizadores indígenas filman su propia realidad les permitía abrir los ojos y decir: “Bueno, lo que nos dicen los medios a veces no es tan creíble”; entonces es también una oportunidad para que el realizador muestre sus propias realidades y no la ficción que nos muestran los medios tradicionales (Giovanny).

En opinión de varios participantes, el balance resultó positivo debido al impacto que tuvo en la ciudad y en la región, pues para muchos se trató de una *presentación en sociedad* del Festival, que deberá efectuar algunos ajustes logísticos en cuanto a la promoción y el desarrollo de algunas actividades⁶⁵. El equipo técnico y logístico estuvo integrado por trece personas⁶⁶, además del grupo de base de la Corporación El Medio: Lorena Insuasty⁶⁷, Mauricio Betancourth⁶⁸ y William Lucero⁶⁹. Además, la organización contó con el apoyo de personas y entidades externas, algunas en calidad de colaboradores como Felipe Moreno (quien ha estado desde el comienzo), Mono Proyecto Diseño (autores del cartel de la versión más reciente), y otras personas vinculadas a partir del convenio con la Gobernación de Nariño.

⁶⁵ En eventos de esta magnitud, el cumplimiento de la programación es todo un reto y en esta edición del Festival hubo cambios de horarios y de sedes a última hora. Los impresos de programación fueron insuficientes y se canceló la parte de la muestra del Festival de Cine de Toro.

⁶⁶ Las personas del equipo técnico son en su mayoría estudiantes y/o realizadores locales.

⁶⁷ Representante legal y coordinadora logística.

⁶⁸ Tesorero.

⁶⁹ Coordinador del blog.

El campo audiovisual nariñense

El Medio busca, en primera instancia y a largo plazo, convertir al Festival Internacional de Cine de Pasto en uno de los más importantes del país, y más allá del campo audiovisual desarrollar proyectos culturales que involucren otras áreas fuera del audiovisual, según describe su director:

Queremos hacer políticas como proveer seguridad social para los gestores culturales, que nuestra base sea el cine en Nariño pero también salir a otros espacios culturales; queremos que la promoción del cine nariñense salga de la región, llegar a la capital con más fuerza y a escala internacional. También vamos a apoyar fuertemente el proyecto de la Escuela de Cine⁷⁰ que se adelanta dentro de la Universidad de Nariño.

En torno al tema de la Escuela de Cine, se hizo evidente el apoyo cada vez que los organizadores la mencionaban y daban la palabra a Alberto Moncayo (coordinador del Diplomado Cine en Construcción); pero el momento más significativo sucedió mientras se desarrollaba el panel académico Cine y Memoria, en el que participó el gobernador de Nariño, Antonio Navarro Wolf, quien al final de su

⁷⁰ Se trata de una idea que existe en la Oficina de Postgrados de la Facultad de Artes de la Universidad de Nariño; iniciativa que empieza a hacer camino con el desarrollo de un diplomado denominado Cine en Construcción, coordinado por Alberto Moncayo (realizador audiovisual nariñense) y apoyada por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico, gracias a una subvención otorgada por este en 2009 en la categoría de Formación de Públicos. Este proyecto busca desarrollar prácticas audiovisuales a partir de una serie de módulos temáticos que da cuenta de los distintos roles y etapas de un trabajo audiovisual representado en la realización colectiva de mínimo cuatro proyectos. En palabras de Moncayo, “el Diplomado es el primer paso para la conformación de la escuela y desde antes conseguimos una cooperación, un convenio con el Mel Hoppenheim Class School of Cinema, de Concordia University, en Montreal, Canadá. Ellos por ahora nos van enviar un profesor para cada diplomado y luego la idea es avanzar en la construcción de la escuela, de un programa, que sean socios estratégicos; se trata de un proyecto a largo plazo, muy respaldado sobre todo por los alumnos; se ve mucho movimiento de la gente acá y eso es lo que más nos motiva a seguir”.

intervención, en la ronda de preguntas, fue comprometido públicamente por Moncayo a sumarse a la iniciativa de crear una escuela de cine en Pasto. En concordancia con la ayuda departamental dada al Festival la respuesta que se obtuvo fue positiva, de modo que se espera que esa administración concrete su apuesta en ese aspecto.

En Nariño no hay una escuela de cine, no hay una formación académica directa sobre el tema. Está la Facultad de Artes en la Universidad de Nariño con algo relacionado (artes plásticas y visuales, diseño gráfico) y también Comunicación Social en la Universidad Mariana. Pese a esa carencia, en Pasto se producen alrededor de 30 cortometrajes al año, un número elevado e importantísimo. En el Festival (en todas las versiones) hemos proyectado alrededor de 130 cortometrajes nariñenses; en esta última edición llegaron cerca de 50 producciones de la región y eso demuestra que hay un gran interés por realizar en Nariño; entonces creo que el proyecto de crear una escuela de cine es importante, junto con el Diplomado en Cine y el programa de Imaginando Nuestra Imagen (con el Fondo Mixto que ayuda a formar); poco a poco hay gente interesada en este campo audiovisual (Giovanny).

Siguiendo con los objetivos de la organización, en un contexto más inmediato, aunque desde una postura muy personal de Giovanny, hace una propuesta relacionada con el sector cultural en la ciudad para que fortalecer “entre todos los sectores el Consejo Municipal de Cultura y que con este se dirijan todas las políticas estatales para que las administraciones no sigan haciendo política cultural a su antojo sino una política cultural concertada con los sectores”.

Aquí es necesario reparar sobre el alcance de la organización en su contexto pues sus acciones están pensadas para trascender el campo audiovisual. El Medio busca participar en ámbitos donde se discuta precisamente las políticas culturales, desarrollando un trabajo en beneficio del audiovisual nariñense y a favor de una representación menos estrecha de la región por parte de instancias como el estado y los medios de comunicación tradicionales. Dado lo anterior, se com-

prende que Giovanni, como referente local de gestión cultural, experimente por primera vez un apoyo real de las instituciones:

A lo largo de estos casi cinco años hemos tenido la colaboración de diferentes instituciones, entre ellas, la Universidad de Nariño, su emisora de radio y su televisora; la Alcaldía de Pasto, la Gobernación de Nariño (en el último festival con una participación muy importante), Fondo Mixto de Cultura; algunas instituciones como la Biblioteca Pública de los Barrios Surorientales, otras universidades como la Mariana, la de San Martín, el Centro de Educación Superior María Goretti (Cesmag), el Colegio Javeriano. El Teatro Imperial nos ha apoyado bastante; el Teatro Aleph, un teatro-amigo, con el que hemos trabajado juntos con préstamo de espacios, promociones y otros proyectos. También hemos desarrollado actividades en algunos auditorios (el del Instituto de Seguros Sociales, y dentro del Encuentro de Culturas Andinas en la Casa Museo de Taminango y la Casa de Ejercicios de San Ignacio).

La Corporación tiene claro su quehacer en el ámbito cultural; por eso el interés por dialogar siempre con instancias de poder (estatales y privadas) e inclusive hacer parte de algunas como el Consejo Departamental de Cinematografía y Audiovisuales de Nariño (del cual Giovanni Insuasty es su presidente actual y William Lucero el representante de los exhibidores audiovisuales del departamento). Desde esta instancia se quiere reordenar el campo audiovisual nariñense al integrar a sus distintos actores (exhibidores, realizadores, programadoras e instituciones de formación) en una dinámica de trabajo⁷¹ que aúne esfuerzos y mejore las condiciones de cada sector, como ha sucedido de alguna manera con el Festival: “Hay una oportunidad para

⁷¹ Giovanni presentó una propuesta el día que fue elegido presidente del Consejo, la cual se resume en cinco puntos clave: organización y funcionamiento interno; difusión y gestión de políticas; divulgación y comunicaciones del sector audiovisual regional; análisis y evaluación de los sectores audiovisuales en la región; estrategias de exhibición conjuntas entre salas de cine y los cineclubes. Para ver en detalle esta propuesta puede consultarse el acta de la asamblea en www.box.net/shared/opx7grnx8j.

organizar todo el sector cultural de Pasto dentro del cine y las otras áreas; organizarnos y acceder a esos recursos que por ley y por derecho se los merece la comunidad” (Giovanny).

Las condiciones parecen dadas para encaminar las acciones y entablar un diálogo entre los distintos actores; todo dependerá de la iniciativa y de una conciencia colectiva por trabajar unidos en beneficio de una comunidad:

A escala regional se está creando una conciencia de que el dinero para cultura existe; no es como decían en otras administraciones que “no había plata para cultura”. Pues la hay, lo que toca ver es en qué se está invirtiendo, porque muchas veces se va en la fiesta del pueblo, en llevar unas orquestas y no en procesos. Entonces una idea personal es que fortalezcamos entre todos los sectores el Consejo de Cultura y que desde este se dirijan todas las políticas estatales para que las administraciones no sigan haciendo política cultural a su antojo sino concertada con los sectores (Giovanny).

Ahora bien, a pesar de que en la más reciente edición el Festival contó con un mayor apoyo institucional, lo que le permitió aumentar su proyección, visibilidad y la participación nacional e internacional. Giovanny sostiene que la Corporación mantiene un grado importante de autonomía: “Somos netamente independientes, sin ánimo de lucro; hemos tenido proyectos con estas otras entidades públicas y privadas, pero somos independientes y esto ha sido importante porque creemos que de esta manera nos desligamos de las administraciones de turno, de modo que nosotros permanecemos así estas cambien”. La estrategia le ha permitido a la organización evolucionar y mantener esta actividad de exhibición audiovisual en forma sostenida durante cinco años, además de otras actividades que la Corporación ha desarrollado y vinculan a la comunidad local.

En la ciudad de Pasto existen otros espacios de exhibición, no de la magnitud que exigiría un festival de cine, pero que funcio-

nan con regularidad⁷². Están los cineclubes Potemkin, Ocho y medio, Séptima Aula, Aleph Cinema y Cineztesia; los programas de televisión local emitidos por el canal cultural universitario Telepasto, Cine-Club del Canal 32, Cauchola (sobre manifestaciones y creadores audiovisuales y del diseño gráfico) y Habla Palabra (programa del Fondo Mixto de Cultura de Nariño). También está la Muestra de Video de la Universidad de Nariño: “Debido al Festival se han hecho concursos como la Semana Cultural de la Universidad de Nariño, donde se otorgan premios; y la Maratón Audiovisual 3D; Hay otras ventanas que poco a poco se han ido abriendo; la televisión local ha presentado esporádicamente uno que otro trabajo, lo que nos parece importantísimo” (comenta Giovanny).

Se insiste en el presente, en el volumen y calidad de trabajos de los nuevos creadores, una generación que encontró en el audiovisual otra manera de expresión. Ese presente ha estado marcado por la realización de manera continua del Programa de Formación Audiovisual en Región, Imaginando Nuestra Imagen (INI), gestionado por el Fondo Mixto de Cultura de Nariño con recursos del Ministerio de Cultura. En el departamento, el INI se ha realizado cuatro veces en Pasto, una en el municipio de Tumaco y otra en el de Ipiales; en estos talleres se han formado alrededor de 240 personas y se han producido como resultado doce cortometrajes. También el Fondo Mixto de Cultura organizó, en septiembre de 2010, Para Vernos Mejor, encuentro del sector audiovisual regional: “para generar un intercambio de experiencias desde la academia, diálogos con expertos, muestras audiovisuales y fortalecimiento del sector”⁷³.

En Nariño se han producido programas de televisión para en el canal cultural Señal Colombia como *Sumando somos más*, *Ser en el sur* y *Tras la música oculta de Nariño*. Además, en las convocatorias

⁷² En la Casa de la Cultura del municipio de Ipiales hay proyecciones esporádicas de cortometrajes y recientemente en el municipio de Sandoná se creó el cineclub Cenit. Solo en Pasto existen salas de exhibición comercial (operadas por la empresa Royal Films).

⁷³ Disponible en: www.consejodecinenar.blogspot.com.

del Fondo de Desarrollo Cinematográfico, varios realizadores de la región han ganado en diversas categorías, como Darío Villota, director del cortometraje *Emiliana calle*, y Víctor Hernández con *La canción del sendero*; también Juan Carlos Melo, cuyo largometraje *Jardín de amapolas* se encuentra en fase de postproducción⁷⁴.

Formar para crear

La organización y sus integrantes accedieron al audiovisual y se apropiaron de este como herramienta de comunicación al servicio de la creación, si se tiene en cuenta que sus intereses inicialmente estaban enfocados en la producción; por tanto, fue consecuente constituir una productora “con el fin de crear narraciones y discursos audiovisuales partiendo de estudios serios acerca de la imagen y el lenguaje audiovisual en el contexto regional, llevándonos a elaborar esquemas de producción de bajo presupuesto”⁷⁵. En un segundo momento, el audiovisual fue usado como un recurso didáctico cuando se utilizó en procesos de formación (y sensibilización) realizados por la Corporación. Finalmente, el audiovisual pasa a ser objeto de exhibición, de la necesidad de abrir una ventana para la producción local y departamental: “La muestra tiene el espíritu de destacar los rasgos de autor, la fuerza y sensibilidad de las imágenes, la producción de historias, discursos, narraciones y sensaciones expresadas por medio del lenguaje audiovisual”⁷⁶.

El Medio ha producido desde sus inicios seis cortometrajes: *Welcome* (2004), *Carnada* (2005), *Despacio por favor* (2005), *Dos* (2005) y *Juan León* (2007); pero su trabajo más fuerte ha estado en la formación de públicos: antes del Festival realizaron la I Muestra de Cine al Aire Libre con una asistencia aproximada de mil espectadores en tres noches; también ejecutaron los proyectos Cinema Miraflores y Cine Mestizo, todos en el año 2004. Además, han creado el Cine Club de

⁷⁴ Fue rodado en las localidades de Nariño como Ipiales, Pupiales, San Juan, Cumbal, Zapuyes y la Laguna Verde del Azufral.

⁷⁵ Disponible en: www.gratisweb.com/elmediopasto/.

⁷⁶ *Ídem*.

Pasto⁷⁷, un espacio regular de proyección que funciona los días miércoles en la Casa de la Cultura de Nariño.

También llevaron a cabo un taller de realización denominado Vecinos del Cine, dirigido a jóvenes de la Comuna 4 de Pasto⁷⁸, con el que se buscaba que los participantes retomaran sus vivencias cotidianas y contaran sus historias: “Hicimos un taller de creación audiovisual con jóvenes menores de edad. De este resultaron dos cortometrajes [*Dos y Cerca*] que afortunadamente tuvieron buena acogida y salieron a escala nacional en Señal Colombia, de donde vinieron a cubrirlos los programas *La Sub 30* y *Culturama*; la experiencia fue chévere, una oportunidad para que ellos se promocionen y tengan ese espacio de visualización” (Giovanny).

Todas estas actividades resultan del interés por plantear un encuentro entre la comunidad y el audiovisual, pues se trata de sensibilizar y formar. Educar con el audiovisual para promover el uso de este lenguaje como una posibilidad de memoria y expresión. Así lo entiende la Corporación El Medio, de ahí su apuesta por consolidar el Festival como un evento de exhibición y formación audiovisual:

Queremos que el cine contribuya no solo a formar realizadores y gente experta en ver cine o cinéfilos, sino también que este nos sirva como una herramienta de convivencia; también la posibilidad de que algunas productoras grandes puedan venir a realizar cine en Nariño, como RCN y Dínamo Producciones, y se desarrolle algún proyecto en Pasto (Giovanny).

⁷⁷ Antes se conocía este espacio como Cine Club El Medio y funcionó hasta el año 2008 en la sede de la Casa de la Cultura departamental. En 2009 proyectó algunas películas de manera itinerante en distintos espacios alternativos como bares y auditorios de la ciudad.

⁷⁸ Esta comuna se ubica en el sector suroriental de la ciudad, una zona periférica donde están los barrios como Chapal, Lorenzo, Miraflores, La Esmeralda, entre otros; hay allí algunos problemas de inseguridad y violencia juvenil.

Durante la realización del quinto Festival, Pasto se convirtió en el epicentro de la cultura andina y audiovisual en la región del suroccidente colombiano. Mientras este se llevaba a cabo también iniciaba el Diplomado Cine en Construcción de la Universidad de Nariño y uno de los talleres de formación del INI.

El ser nariñense en el audiovisual

La Corporación El Medio entiende el audiovisual como “una extensión del pensamiento”⁷⁹ y reconoce en este una capacidad de representación, participación y memoria. En consecuencia, está interesada, además del Festival, en contar historias y es así como ha llegado a un nuevo proyecto documental sobre la búsqueda y reconstrucción histórica de *Chambú*, película filmada en 1961, en 35 mm, por Colombia National Films⁸⁰. Es el primer largometraje realizado en Nariño y trata las vivencias de los mineros en esta región, teniendo como locaciones algunas zonas de la costa Pacífica del departamento, además de Las Lajas, la laguna de La Cocha y la ciudad de Pasto. Lamentablemente la película está parcialmente extraviada⁸¹. A partir de los remanentes del filme y de fotografías del mismo, El Medio proyecta realizar su documental⁸².

En relación con los temas y géneros abordados por los realizadores participantes de la sección Nudo de los Pastos, Giovanni indica:

⁷⁹ Información extraída de la página creada para las primeras versiones del Festival de Cine de Pasto. Disponible en: www.gratisweb.com/elmediopasto/.

⁸⁰ Fue dirigida por Alejandro Kerk, de origen alemán, y su argumento está basado en la novela homónima del escritor pastuso Guillermo Edmundo Chávez. Chambú significa roca de cristal.

⁸¹ En la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano se conservan diecisiete minutos. Es posible ver algunas de las imágenes en www.vimeo.com/6288284.

⁸² Según Giovanni, “con estas imágenes de la Fundación Patrimonio Fílmico, unas 100 fotografías conservadas, y una investigación seria de parte del sector audiovisual y cinematográfico del departamento se podría liderar la realización de un documental que nos permita tener para generaciones futuras una memoria más completa y certera de lo que fue este bautizo de la producción en cine en Nariño”. A esta iniciativa se suman tanto el Festival Internacional de Cine de Pasto como el Consejo Departamental de Cinematografía y Audiovisuales de Nariño.

Por géneros podemos hablar del experimental. No solo en el cine sino también en la producción literaria hay temas recurrentes como las ideas de soledad y de muerte, una recurrencia no solo de esta región sino del mundo entero. En Pasto hay un interés marcado por estos temas y por lo experimental. En ficción es relativo pues hay trabajos que se han ido por lo histórico, pero también por cuestiones de personas no formadas, gente de periferias, humilde, del campo; pero últimamente lo que más ha proliferado es el experimental de autor, de vivencias, sentimientos y emociones muy personales.

Este interés por lo experimental puede deberse a que un buen número de los realizadores del departamento (por lo menos, en los últimos años) tiene formación en diseño gráfico o en la maestría en Artes Visuales de la Universidad de Nariño. Sus trabajos giran en torno a búsquedas estéticas. En la Universidad, los estudiantes reciben nociones básicas acerca del lenguaje audiovisual; sin embargo, no existe un programa especializado. Para Insuasty, es el comienzo de un nuevo proceso:

Se empieza a crear una necesidad de expresar el ser nariñense en algunos trabajos, muchos de estos experimentales; se están demostrando preocupaciones de la región tanto en ficción como en documentales. Creo que antes había un interés por demostrar las sensaciones y preocupaciones internas, muy propias de cada uno de los autores, en cambio ahora empezamos a ver la región, al vecino y ver qué encontramos en nosotros que sea rico en expresión audiovisual, que con este se pueda denunciar o comentar.

Se trata entonces de una relación reciente pero fortalecida con cada nuevo trabajo en video pues la gente en la región (generalmente jóvenes) ha adoptado el audiovisual como una posibilidad de memoria, acentuada por las facilidades económicas de acceso a tecnologías y a la variedad de historias locales y regionales existentes para contar y representar. En palabras de Alberto Moncayo, coordinador del diplomado Cine en construcción:

Papeles [del audiovisual] hay tantos como hay miradas; le puedes dar un enfoque más social, más artístico, no sé, puede ser que tu intención sea hacer un cine que concientice o comunique algún mensaje, pero yo veo tu película y puede ser que vea algo más artístico, o que busque otras cosas en tu película, básicamente, es la necesidad de comunicar; qué se comunica o cómo se comunica. Ahí está el plus del asunto.

En opinión de Giovanny: “Creo que podemos hablar de una doble función, la de formar y ayudar a que nos deje algo para la sociedad, así sea como simples espectadores; que nos ayude a formar algunos valores ciudadanos, pero también un criterio más selectivo del cine que vemos”.

El interés por el audiovisual en esta región va más allá del mero gusto por reconocerse en las imágenes. Está ligado a la percepción del video como una herramienta que potencializa el sentido estético, permite el conocimiento de la vida cotidiana para su reflexión y brinda la posibilidad de contar lo ordinario y sus problemáticas desde una perspectiva propia. Para Emilio Coral Urrea, realizador participante del Festival, es fundamental comprender el potencial de la imagen:

Me parece que contribuye y tiene una responsabilidad, un compromiso con la construcción de una memoria audiovisual colectiva de lo que somos, de nuestra identidad, de nuestros saberes ancestrales, de nuestra manera de ser y estar en este territorio nariñense y, por otra parte, de hacer visible lo invisible como muchos aspectos de nuestras realidades, sin ser una denuncia sino una construcción donde está la imaginación y la capacidad narrativa de las imágenes.

Un plano general corto

Gufilms es una productora audiovisual aunque no esté formalmente constituida y su planta de personal cuenta con un único integrante permanente, Víctor González Urrutia. Víctor dirige sus películas, las financia, edita, hace cámara, sonido, etc. Tiene 26 años de edad y solo hace cuatro comenzó a hacer video; suma dieciocho películas y varias más en proceso, entre cortos y largometrajes documentales, argumentales e institucionales. Tal profusión la explican, creemos, dos cosas: su vertiginoso ritmo de trabajo y la espontaneidad con que lo hace. Su producción es incesante y en esta obvia muchos de los pasos clásicos de la realización audiovisual: no pone el guión a disposición de sus actores ni formula plan de rodaje, guión técnico, *storyboard*, guión de edición o cosa parecida. Tampoco usa micrófono distinto al de la cámara, la que comenzó siendo un teléfono celular, después una cámara fotográfica y recientemente una *handycam* casera. Todos sus actores son conocidos o familiares suyos. Víctor es un videasta, como dicen, *empírico*, además de prolífico.

Nació y vive en Villapaz, corregimiento de Jamundí ubicado sobre la ribera occidental del río Cauca, en el sur del Valle del Cauca⁸⁴. Villapaz hace parte de una región cultural relativamente homogénea

⁸³ La investigación que da soporte a estas notas y su redacción estuvieron a cargo de Camilo Aguilera Toro. Este ejercicio se llevó a cabo durante el primer semestre de 2010, aunque por el contacto permanente que este equipo de investigación ha mantenido con Gufilms, fue posible actualizar algunas informaciones durante el año 2011.

⁸⁴ Villapaz se encuentra aproximadamente a 40 minutos en carro desde Jamundí, tomando la salida sur de este municipio que bordea la cordillera occidental de los Andes. El último tramo de la carretera, hace poco refaccionada, se encuentra en óptimo estado. Lo contrario ocurre con el primer tramo (entre Potrerito y el desvío a Villapaz), saturado de huecos y demás imperfecciones que hacen el viaje muy lento.

que integran algunas poblados del sur del Valle del Cauca (Jamundí, Timba, Guachinte, Robles, Quinamayó, Chagres, etc.) y del norte del departamento del Cauca (Villarrica, Miranda, Corinto, Caloto, Santander de Quilichao, Padilla, Puerto Tejada, Suárez, Buenos Aires, Guachené, etc.): población, en su mayoría, negra y campesina, entre la que perviven manifestaciones culturales de gran riqueza simbólica. Música, danza y celebraciones religiosas y seculares son tal vez las más notorias y todas, a su manera, resultado de la confluencia (y disputa) de diversas tradiciones culturales desde la Colonia. Contrasta con esa riqueza la economía del lugar, caracterizada por altos índices de desempleo y por la migración forzada tanto por factores económicos como por la carencia de oferta de educación superior para los jóvenes. La industria cañera, por su parte, no cubre la mano de obra disponible y ha ocupado tierras que reducen el volumen de producción agrícola de los campesinos⁸⁵.

⁸⁵ Villapaz es una población de marcada vocación agrícola y multiplicidad de productos, aunque predominan dos: la caña de azúcar, que pertenece a los grandes ingenios nacionales, localizados en el Valle del Cauca y en el norte del Cauca; y el arroz, cuya producción, en cambio, suele pertenecer a los habitantes del corregimiento, y se siembra en pequeñas fincas ubicadas en las inmediaciones de este. Además del arroz, las fincas y los patios de las casas también son destinados al cultivo de gran variedad de vegetales: “En cada casa hay un patio al fondo, donde las personas suelen sembrar hortalizas, palos de naranja y tener sus gallinas. Ya en las fincas, que quedan al sur de Villapaz, algunos tienen sus parcelas de arroz y tienen cultivos de plátano, naranja, cacao, zapote, zapallo, etc.” (Víctor). La producción agrícola es usada para el consumo local y su excedente comercializado: “Esos productos los utilizamos algo en la seguridad alimentaria y lo demás lo llevamos al mercado de Jamundí y de Cali. En los meses que hay más cosecha se manda para Buenaventura, Popayán, Pasto, Bogotá, pero la mayoría de nosotros intercambiamos en Jamundí y en la galería Santa Elena de Cali. Allí vendemos y allí mismo compramos” (Antonio Sandoval, habitante de Villapaz). La producción industrial de caña de azúcar es un fenómeno reciente respecto del proceso de formación de esta zona cultural. Data de los años sesenta, cuando esta actividad económica se extendió desde el Valle del Cauca: “Las haciendas nortecaucanas no desarrollaron una economía de plantación, debido, entre otras razones, a que la suya [durante la Colonia] era una función de apoyo a otras actividades más lucrativas (la concentración de esclavos y la explotación minera). En consecuencia, muchos de los bosques tropicales y zonas pantanosas ubicados dentro de las extensas

La caña ha sacado algunos cultivos que se siguen produciendo, pero no es lo mismo que antes. Algo que ya no se produce mucho es la soya y el frijol que se producía bastante. Lo de la caña ha sacado el empleo porque la gente con los cultivos de arroz se mantenía, era más constante el trabajo. Cuando la gente sembraba el arroz siempre les daba⁸⁶. Es ahí donde las personas se ven obligadas a irse a la ciudad a trabajar.

Víctor se refiere especialmente a las mujeres que se emplean en casas de familia de Jamundí y Cali y a los jóvenes que no cuentan con oportunidades laborales ni educativas⁸⁷:

Uno como egresado del colegio se ve obligado a irse de Villapaz, a emigrar de su territorio perdiendo con esto acción, identidad y cultura, debido a la carencia de empleo en la comunidad y la frustración del ingreso a la educación superior. Por tal razón, se hace necesario formar un grupo de trabajo cinematográfico con actores naturales de la comunidad. Si yo me voy, nos seguimos yendo todos. Entonces, si alguien no toma esa iniciativa siempre va a pasar lo mismo. Es para que la gente empiece a tomar esos ejemplos y a hacer un alto en el camino, de que sí se puede trabajar en esta comunidad. Acá muchas productoras de televisión vienen y están ganando mucha plata con la cultura de las comunidades, con las creencias, los mitos, con su historia, costumbres, tradiciones, etc.

propiedades permanecieron sin intervenir y se convirtieron, décadas después, en refugio de cimarrones y esclavos libertos” (Sevilla:202, parafraseando a Bermúdez y a Díaz). En la segunda mitad del siglo xx, otras poblaciones negras se sumaron a esta región con la llegada de la industria cañera, “proveniente[s] del Pacífico caucano y nariñense, [d]el Chocó y Buenaventura. Los inmigrantes llegaron a finales de los años sesenta y setenta, atraídos por las posibilidades de trabajo en los complejos agroindustriales cañeros” (*Ídem*, parafraseando a Urrea y Hurtado).

⁸⁶ Sobre la alimentación, aunque según Víctor ha mejorado desde los tiempos de sus abuelos, “los viejos se quejan mucho ahora en cuanto a los químicos se refieren. La comida que ellos comían antes era muy natural”.

⁸⁷ Villapaz cuenta con instituciones estatales que ofrecen las etapas escolares de Básica Primaria, Básica Secundaria y Media Vocacional, pero no dispone de cualquier instituto técnico, tecnológico ni mucho menos universitario.

Si personas que no son de la ciudad ven que acá hay un potencial, entonces ¿por qué nosotros tenemos que irnos? Yo me di cuenta por un documental de la productora de Maritza Rincón⁸⁸. A ella el Ministerio de Cultura le dio como 150 millones de pesos⁸⁹ y ¿dónde está hecho el documental? ¡Pues acá en Villapaz! ¡Entonces, ¿por qué Villapaz no puede ser un potencial para eso?! No es necesario irse y yo no me he ido a buscar otras opciones en la ciudad. No es necesario que las personas se vayan del pueblo para una mejor calidad de vida, sino más bien organizarse, empezar a crear organizaciones para que las cosas salgan mejor.

El arraigo, como vemos, parece atravesar la experiencia de apropiación de tecnologías audiovisuales por parte de Víctor, lo que sucede, según diferencias de grado y modo, con todas las organizaciones estudiadas. Cultura y territorio definen en gran medida el sentido del proyecto Gufilms y el siguiente es un intento por aprehenderlo.

Las películas: *Mezclando Villapaz con ficción*

Como señalamos, Víctor completa dieciocho películas: las ficciones *Amor sin perdón*, *La última gallina en el solar*, *Tiempo de angustia*, *La puerca*, *Por una copa de más*, *La senda equivocada*, *La mano peluda*, *Presagio y Razón*; y los documentales *Acoso escolar*, *Más allá de la nariz*, *Adoración al Niño Dios en Quinamayó*, *La matrona*, *Jamundí: pálpitos de una tierra*, *Los comuneros*, *28 de diciembre en Villapaz*⁹⁰, *El bunde*⁹¹ y *La juga de Villapaz*⁹². Las películas son diversas, lo que, sin embargo, no impide identificar

⁸⁸ Maritza Rincón integra junto a otras personas la empresa audiovisual Fosfenos Creative Media, con sede en Cali, y en el año 2010 produjo el documental al que Víctor se refiere, *Retratos de la ausencia*, dirigido por Camila Rodríguez. Casualmente, el documental trata sobre las familias de Villapaz, Robles y Quinamayó que, en edad productiva, deben migrar a ciudades cercanas para buscar empleo, dejando la crianza de sus hijos a cargo de sus abuelos.

⁸⁹ Este proyecto obtuvo financiación del fondo Doc-TV por un monto distinto al indicado por Víctor.

⁹⁰ De este documental ha hecho dos versiones, cada una sobre ediciones distintas de esta celebración, años 2009 y 2010.

⁹¹ De *El bunde*, actualmente prepara una versión en ficción llamada *El mal de los siete días*.

⁹² A esta lista habría que agregar *La viuda maldita*, ficción sin terminar.

ciertas unidades. Son distintas en cuanto a duración, tema y género audiovisual, pero en cuanto a intención se refiere parecen ser de solo dos tipos: las que le han sido encomendadas y las que ha hecho por iniciativa propia. Víctor usa los siguientes términos para trazar un cierto antagonismo entre unas y otras: “Cuando lo hago con un sentido educativo, va a ser educativo; y cuando uno está dando algo muy libre, es libre”. Del primer tipo hace parte la ficción *La senda equivocada*⁹³, sobre el consumo de sustancias psicoactivas y el aborto, y los documentales *Acoso escolar*⁹⁴, acerca de formas de violencia ejercidas contra estudiantes, y *Jamundí: palpitos de una tierra*⁹⁵, a propósito de la celebración en 2010 de los 474 años de su fundación. El objetivo de estos trabajos es educativo en los dos primeros casos y publicitario en el tercero, de lo que se entiende que Víctor se refiera a todos estos como “institucionales”. Si bien los incluye cuando lista sus realizaciones, es evidente el mayor interés que

⁹³ *La senda equivocada* le fue ‘encomendada’ por la Universidad Autónoma de Occidente-Cali como parte del desarrollo de una serie de talleres organizada por esta institución en Villapaz sobre prevención del consumo de psicoactivos y la práctica del aborto. Aunque no mediaba cualquier compensación económica, él accedió a esta solicitud.

⁹⁴ Este institucional le fue encargado por la ONG internacional Plan, dentro de un evento organizado por esta entidad en Villapaz, en 2010, para fomentar la no violencia contra niñas y niños. Según relata Víctor, Plan le contactó y pidió que realizara un pequeño video, *ad honorem*: “Plan no financió nada; organizó el evento, la logística, pero el documental es mío porque era mi cámara, mi computador, todo a cuenta mía”. Como muchos otros trabajos de Víctor, la realización fue muy rápida, aproximadamente de dos días, uno de rodaje y el otro de edición.

⁹⁵ El reconocimiento de la comunidad y de las autoridades civiles de Villapaz y de Jamundí obtenido por Víctor parece haber sido clave para que fuera invitado a participar en la realización de este institucional, encomendado por la Casa de la Cultura de esta ciudad: “Fue una idea del secretario general de Jamundí. Él vio *La última gallina en el solar* y me ayudó a trabajar en la Casa de la Cultura; me llamó y me dijo: ‘Viene el cumpleaños de Jamundí y quiero que te inventés algo bien bacano’”. Víctor compartió la dirección con dos personas más vinculadas con la Casa de la Cultura, lo que -según relata- le trajo muchos sinsabores. Los desacuerdos fueron más que los puntos de encuentro e hicieron que la edición final incluyera decisiones temáticas y formales no consensuadas que Víctor aún critica.

le suscitan sus otros trabajos, especialmente las ficciones *Amor sin perdón*, *La última gallina en el solar*, *Presagio*, *La mano peluda* y *Razón*, las más citadas y las que más valora. En las ficciones es posible identificar como elemento común cierto tono trágico en tramas cuyo desenlace es siempre fatal: en *La puerca* un hombre mata a su esposa cuando esta, sin que él lo supiera, se le aparece en forma de una cerda; en *La última gallina en el solar*, “todo el que toca la gallina muere⁹⁶” (Víctor), incluido el hombre que traiciona a su patrón para quedarse la gallina de los huevos negros, quien acaba siendo ajusticiado por el pueblo; en *Tiempo de angustia*, un hombre que explota a sus empleados cae en quiebra y se suicida; en *Presagio*, un señor y sus dos hijos mueren dramáticamente intentando cruzar un río. En algunas de las películas, lo fatal se combina con lo mágico, con “cosas del más allá”, como les llama Víctor, o “cosas sobrenaturales”, como las llama Álvaro González, su padre y además actor de varias de sus ficciones: además de la gallina que pone huevos negros, en *La mano peluda* los niños que se internan en los bosques son acechados por una extraña mano y en *La puerca*, una mujer conquista a un hombre por medio de un maleficio.

En los pueblos se cree mucho en cosas mitológicas, en brujas, en cuentos. Uno escucha de la gente: “¡Esa mujer le hizo mal a un hombre porque lo tiene embobado, lo tiene enmadrado!”. Uno ve gente que acude a los brujos para ver qué tienen y ve gente que empieza a contar las anécdotas de los viejos: “Aquí en Villapaz había un brujo que lo convertía a uno en racimo de banano”. Esa historia fue real. Hay gente que sabe y le consta que lo ha visto con sus ojos. La brujería que se hace en *La puerca* es por una historia muy particular que pasó aquí en Villapaz. Todo el mundo aquí sabe lo que pasó: una señora, pero ella no era negra, andaba en su finca vestida de puerca (y por eso lógicamente le apodaron La Puerca). A la señora le cayó candelita, la hirieron y murió. “¡Esa señora era una bruja!”, decía la gente. También hubo una historia que me contó mi abuela, la que actúa en *Presagio*, sobre una señora a la que no le gustaba la nuera; era una

⁹⁶ Como Víctor señala más adelante, el único personaje que no muere es la muchacha, dueña de la gallina.

bruja y se convertía todos los días en una vaca para asustar a su hijo para que le diera miedo ir a visitar a la novia. Eso pasó en el corregimiento de aquí enseguida, en Quinamayó. Todos los días la señora se aparecía en las carreteras como vaca, a las doce de la noche, hasta que el tipo no aguantó más: sacó su machete y le dio un machetazo en la nuca. Después el tipo llegó a la casa de su madre y la encontró en su pieza con el mismo machetazo que le había pegado a la vaca. La señora murió; el hijo la mató. Ahí es donde surge la película *La puerca*, aunque algunas cosas se cambiaron (Víctor).

Las películas que aluden a estos temas evidencian, como ya anotábamos, una fascinación por lo sobrenatural, pero también y tal vez sobre todo, por el misterio que genera. Cuando Víctor habla de *La última gallina en el solar* suele insistir en que “para todos es un misterio que la gallina ponga huevos negros”. No menos enigmático resulta el desenlace de la película:

La única que toca la gallina y no muere es su dueña; ella queda embarazada y se va a un lugar que no conoce, un lugar lleno de llamas, de candela. Cuando termina la película, quien la ha visto no sabe qué pasó con la muchacha porque hay una cosa extraña, del más allá, y ella pinta como una gallina y la pantalla queda oscura. ¿Qué pasó con la muchacha? El mito continuó⁹⁷; ahí quedó el misterio. En la película hay un mito como en la novela de García Márquez, *Crónica de una muerte anunciada*⁹⁸. Nadie en el mundo sabe si la violó o no. Alguien puede decir que la violó, pero lo cierto es que no hay evidencias de que fue Santiago el que la violó; es una polémica que no se va a poder solucionar nunca. Lo mismo pasa con *La última gallina en el solar*. Nadie puede decir que la historia tiene determinado final porque no se deja claro y los mitos son justo así, inciertos. Eso es *La última gallina en el solar* (Víctor).

⁹⁷ Víctor define el mito como misterio, como un enigma creable e indescifrable: “En *La última gallina en el solar* se crea un mito. La película dice: ‘Si existen tantos mitos, ¡pues hay que crear uno: una gallina que pone huevos negros!’”.

⁹⁸ Sobre el consumo de ciertos bienes culturales por parte de Víctor hablaremos más adelante.

Interesa el evento mágico, pero también y tal vez más, la relación de los individuos con este y los aspectos psicológicos que estarían en juego. Con relación a *Presagio* “la intención era mostrar que la mente tiene un poder absoluto”, esto es, el poder de autosugestión de toda una comunidad que decide abandonar su pueblo porque, aun sin cualquier evidencia física, se convence del rumor de que algo terrible va a suceder. Con relación a *Amor sin perdón* y *La última gallina en el solar*, Víctor dice que “dejan mucho para que la gente piense sobre lo que es la mente, sobre lo que puede hacer el pensamiento”. De este mismo tipo de historias es un evento que tuvo lugar en Villapaz que a Víctor le gustaría llevar al video:

Un señor dijo que había visto en un sueño el número ganador del chance. Le dijo a uno, este a otro y así todo el mundo supo. Había gente que le habían pagado por esos días y que lo invirtió todo en el chance. Otros que tenían para comprar una libra de arroz, no la compraron para apostar y hubo gente que, inclusive, no comió ese día por la misma razón. Parece un cuento pero fue realidad. Cuando se acabó la venta de chance aquí en Villapaz, la gente se fue a otros pueblos, algunos contrataron carro y otros se fueron en buseta. Al final, el número que salió no era el que el señor había dicho. Entonces lo andaban buscando para lincharlo con garrote, inclusive una semana después de haber sucedido. Entonces todo el mundo decía que en Villapaz éramos tontos y a la gente eso le llenaba de cólera. Esa historia me ha ayudado mucho con *Presagio*, la historia que estoy acabando de editar.

A Víctor le interesa el “poder de la mente”, que en la historia del chance y en *Presagio* es un poder de autoengaño. Aquí lo mágico parece neutralizado y rasgado el velo de su farsa: todo crédulo puede pasar por tonto. El evento mágico según el cual el número ganador del chance se revelaría a alguien de forma inexplicable (o explicable exclusivamente por motivos mágicos), toma forma solo gracias a la creencia colectiva de que tal evento podría acontecer y es justo hacia a esa creencia y a su ‘falsedad’ (lo mágico y su desenmascaramiento), que parece apuntar el interés de Víctor. Dicho esto, él podría pasar por el escéptico que se autoimputa la misión de desvelar el teatro que fabri-

ca lo mágico pero, como veremos más adelante, su relación con este universo de creencias es más ambigua de lo que esto haría suponer.

El bunde, tanto en la versión documental ya terminada como en la de ficción que se encuentra en preparación, también apunta hacia el universo de “principios culturales ancestrales”, como les llama Víctor: “El bunde es un ritual que hace parte de lo oscuro, de lo mítico”. Antes del bunde, el guión recrea la práctica del chumbe, según la cual los niños recién nacidos deben permanecer durante sus primeros siete días de vida envueltos en una manta de pies a cabeza para protegerles del *mal de ojo*. Importa tanto la creencia como la falta de ella: en el guión un niño fallece y las personas atribuyen su muerte al hecho de que la madre, Hana, tomando distancia de la tradición, no le habría *chumbado*. Carmen, tía de Hana, dice a su sobrina: “Chumbe al zumbambico. Hoy hace siete días que nació. No sea que el mal de los siete días lo acobije” (Guión de *El mal de los siete días*). A lo que Hana replica: “Ay no tía eso era antes. Yo no voy a amarrarle los pies al niño. Eso es impedirle que se mueva normalmente” (*Ídem*). Doña Telvina, algo resignada, refunfuña: “Esta generación de hoy en día no hace caso a los consejos de los mayores” (*Ídem*). Luego, cuando doña Telvina conversa con algunos agricultores que trabajan en un plantío, confirma su desazón ante la incredulidad de los jóvenes: “Es que la juventud ahora vive muy equivocada. ¡Hombre, al menos hoy que cumplió los siete días debería chumbarlo! Ella [Hana] y el maridito que tiene no creen en el mal de los siete días” (*Ídem*). A lo que doña Inocencia, quien participa de la charla, agrega: “Cualquier bullita que le hagan a los recién nacidos los puede privar; entonces es mejor que estén chumbados” (*Ídem*). Después, como confirmando los malos augurios, “el crío” presenta “anormalidad en la respiración” y se torna “muy frío” (*Ídem*). Ante esto, Francisca, la vecina de Hana, “va donde un yerbatero, una especie de chamán, un brujo⁹⁹, y le dice que al hijo de Hana le pasó algo. Entonces el yerbatero va a ver si es que hubo un mal de ojo y que por eso se enfermó¹⁰⁰” (*Ídem*). Mientras

⁹⁹ *Yerbatero, chamán y brujo* son términos que Víctor usa en varias de sus películas para designar a alguien, *grosso modo*, dotado de poderes mágicos.

¹⁰⁰ En el guión se relata de la siguiente manera el momento en que Teodoro, el brujo, sale hacia la casa de Hana: “Teodoro acomoda sus aguas y sus santos, dirigiéndose hasta donde está el niño, agónico”.

el brujo, Teodoro, atiende el caso, doña Telvina, “llorando y con cólera”, dice: “Hana, ta’s viendo, uno te dice las cosas y no creés, es que piensan que uno es payaso” (*Ídem*). Teodoro “hace las súplicas más fuertes cual nunca haya hecho antes a sus dioses”, pero “ve que no puede hacer nada por el peladito y este muere. Él hace sus rezos y todas sus cosas, pero dice: ‘No pude hacer nada, estaba ojeado’” (*Ídem*). Buscando consolarla, Teodoro “pasa sus manos por el hombro de Hana y sin mirarle a la cara le dice: ‘Se fue el canijo¹⁰¹, ya lo necesitaban arriba’” (*Ídem*). La muerte del niño suscita otro hecho que igualmente se inscribe en el universo de creencias y tradiciones que perviven en Villapaz: el *bunde*, rito mortuario que toma forma bajo la creencia de que los niños que mueren, por haber estado libres de pecado, se convierten en ángeles.

Es como una fiesta que se hace cuando fallece un niño menor de seis años; eso viene desde los tiempos de la esclavitud. Entonces los negros, cuando el niño moría era motivo de celebración: hacían loas¹⁰², cantos; había unos cantos especiales para el bunde, acompañados con la tambora y el violín. Hoy todavía para algunas familias más que algo fúnebre y nefasto es motivo de alegría¹⁰³ (Víctor).

Tras algunas discusiones entre los personajes sobre la procedencia de celebrar el bunde, “Telvina empezó a cantar alrededor de la criatura versos y jugas¹⁰⁴: ‘Para siempre seas bendito y eternamente alabado’”

¹⁰¹ Son varios los términos que usa Víctor para referirse a un infante: canijo, crío, angelito, criatura, peladito, etc.

¹⁰² Las loas son “las recitaciones de niños frente al pesebre”, realizadas durante las Adoraciones al Niño Dios “que se desarrollan en torno a un pesebre comunal [...] y en las que participan distintos sectores de la comunidad. Son una tradición presente en los distintos núcleos de campesinos afro en el norte del Cauca [y sur del Valle del Cauca] y se llevan a cabo [...] antes de la Semana Santa. La celebración comienza [un] viernes con una alborada y se extiende hasta el domingo” (Sevilla:223).

¹⁰³ “El término bunde tiene una doble connotación: es al mismo tiempo el nombre del velorio de un pequeño y el nombre del género musical propio del velorio” (Sevilla:224).

¹⁰⁴ Joga designa tanto el canto de adoración como la danza que lo acompaña. Es característica de las Adoraciones al Niño Dios. Además de la juga de adoración, existe la juga de bunde, musicalmente similares, pero esta última entonada

(Guión de *El mal de los siete días*). Sobre esto, Víctor acota: “Este es el primer canto que se le hace al angelito. Así lo hizo Telvina y a ella se le pegaron el resto de cantoras¹⁰⁵ y demás personas que ahí se encontraban; hubo una asistencia masiva” (*Ídem*). Al día siguiente:

Llevar al angelito al cementerio para darle sepultura. Los niños visten de blanco y rosado, los mayores de cualquier color, Hana, la doliente, lleva el luto en el alma y en el color de su vestido. Lo llevan hasta el panteón cantando y danzando con jugas y bundes. Joselito¹⁰⁶ lleva la corona. Los niños van con un palo, envuelto en papel blanco, del cual se desprenden varias tiras, para formar arcos (*Ídem*).

Después de esta escena, el guión presenta el epílogo de la película que revela la explicación mágica de la muerte del hijo de Hana y la de muchos niños más: “A Mariana, una vieja hechicera del pueblo, le gusta que haya bundes porque cree que cuando muere un niño en el pueblo, ella recibe fuerzas para seguir viviendo toda una eternidad. Hace conjuros deseando la muerte de los recién nacidos” (*Ídem*).

Además del chumbe, del mal de los siete días y del bunde, Víctor recrea otros rasgos culturales locales en el guión cuando don Rosendo, el mayordomo de la finca donde trabaja Telvina, cuenta a ella sobre un sueño:

—Rosendo: Telvina, le cuento que anoche tuve un sueño horrible. Me estaba soñando que se me cayeron todas las muelas de

sobre todo durante el bunde: son “cantos [...] alegres y acompañados por la tambora [...]. Se trata de música para bailar, y al igual que las jugas de adoración, tienen una estructura de pregunta y respuesta”. (Sevilla:224).

¹⁰⁵ A propósito de las cantoras, vale la pena indicar que Víctor fue invitado por la Casa de la Cultura de Jamundí en 2010 para participar en la organización del Primer Encuentro Nacional de Cantoras de Jugas, Bundes y Torbellinos Afrocolombianos Petronila Viáfara. El torbellino, como las loas y las jugas, es un tipo de música característico de la zona.

¹⁰⁶ Joselito es José Sandoval que -como veremos más adelante- se ofrece comprar a Hana el niño fallecido para *bundearlo*.

adelante, y mi mujer que hace rato murió, lucía un vestido blanco y espléndido como si se fuese a casar. Estaba al otro lado del río; el agua estaba sucia. Me llamaba y entonces me mandé la mano a la boca y ya no tenía los dientes de abajo. Di un grito estremecedor y allí me desperté.

—Telvina: Veá, eso es mal sueño, puro muerto. Se va a morir alguien cercano (*Ídem*).

Sobre compartir los sueños, especialmente con los ancianos, buscando con ello obtener interpretaciones para la vida terrenal, Víctor dice:

Aquí en Villapaz alguien que tiene un sueño se lo cuenta al viejo de la familia. Por ejemplo, a mí me dicen: “Vaya dígame a Anabel que ella sabe ese sueño qué quiere decir”. A mi mamá yo a cada ratito le cuento los sueños y ella me dice: “Cuando es algo blanco es porque alguien va a morir; cuando uno se sueña sin dientes es porque también va a haber un muerto; si uno sueña con una culebra es buena suerte; si uno sueña volando es porque es buen sueño”. Entonces la película muestra esa cultura, esas vivencias.

¿Por qué el interés de Víctor por estos temas? La respuesta no es simple pues por momentos la explicación que él atribuye sería la misma del folclorista y del cultor en su misión de rescatar tradiciones locales desaparecidas o próximas a serlo. En *La mano peluda* y en *El mal de los siete días* es clara esta intención con relación a la práctica de pilar el arroz, que consiste en golpear este grano con un mortero para retirar su cáscara, actividad cada vez menos frecuente en Villapaz. Ambas películas incluyen escenas en las que se pila arroz, con las que Víctor busca “mostrar de dónde venimos, porque mucha gente aquí no ha comido un arroz pilao, que no es lo mismo que comemos ahora con todos esos químicos. Esas escenas de las películas aparecen para mostrar la cultura, para mostrar una forma de vida”. *28 de diciembre en Villapaz* refleja también la preocupación de Víctor por el rescate de las

tradiciones. En esta fecha se conmemora el llamado Día de los Santos Inocentes¹⁰⁷ y en Villapaz y región se lleva a cabo de un modo particular: algunos hombres portan máscaras y visten atuendos que evocan la figura del diablo, llevando en sus manos varas de madera en uno de cuyos extremos atan una tira de cuero con la que propinan latigazos a los pies de los curiosos. El documental es el registro de esta conmemoración que, según algunos de los entrevistados, ha venido siendo recuperada por algunos cultores locales. Adicionalmente, el documental muestra el proceso de elaboración de las máscaras, que en la actualidad solo es ejecutado por un habitante de Villapaz, lo que en parte impulsó a Víctor a realizar esta pieza audiovisual. Cuando Víctor oficia de folclorista afirma su interés por algo que sería culturalmente propio, pero en lo que, sin embargo, no se incluye plenamente: “Acá en Villapaz los viejos *creen* que el bunde se celebra porque los niños cuando mueren se convierten en angelitos y *creen* que cuando mueren de siete años en adelante hay que rezarles porque ya no se convierten en angelitos, *ignorando que fueron los parásitos los que los mataron*”¹⁰⁸. Los términos en cursiva dan cuenta de la distancia que Víctor toma, por momentos, de esta creencia; en otras ocasiones, en cambio, tiende a aparecer como parte del universo mágico recreado en sus películas cuando asegura que “esa historia fue real”, “todo el mundo en Villapaz sabe lo que pasó”, “esa señora era una bruja”, etc. Como en Víctor, la tensión entre credulidad y escepticismo aparece en el documental *El bunde*: él tuvo la oportunidad de asistir a

¹⁰⁷ “El Día de los Santos Inocentes es la conmemoración de un episodio [...] del cristianismo: la matanza de todos los niños menores de dos años nacidos en Belén (Judea), ordenada por el rey Herodes con el fin de deshacerse del recién nacido Jesús de Nazaret” (wikipedia.org).

¹⁰⁸ En las conversaciones que sostuvimos a propósito de *El bunde* y *El mal de los siete días*, Víctor siempre reiteró su distancia respecto del *mal de ojo* como explicación de la muerte de los niños; la suya siempre fue la de que algunos padres no vacunan a sus hijos y el efecto nocivo de los parásitos, lo que nada tiene que ver con lo mágico como marco de interpretación del mundo. Esto lo confirma una de las escenas finales de *El mal de los siete días* que no guarda una relación inmediata con la diégesis de la película: “En el hospital de alguna ciudad vacunan a una niña recién nacida: ‘Le voy a aplicar la BCG y la anti-hepatitis. Se debe aplicar en el primer o los primeros días de su vida, después de nacido. Esto decía el médico al padre de la bebé’” (Guión de *El mal de los siete días*).

una celebración de ese tipo y en el testimonio que recogió de la madre del niño fallecido, ella expresó sentirse contrariada pues aunque no estaba plenamente convencida de esa tradición, se inclinaba a acatarla: “Por ella fuera sido no lo hubiera hecho, pero ella por respeto a la cultura lo hace. A la muchacha le duele pero acepta una cultura” (Víctor). En *El mal de los siete días* aparece de manera más acentuada el conflicto entre quienes se inscriben o se sustraen del bunde. En medio del debate que genera el deseo entre algunos familiares y vecinos de Hana de bundear al niño, una mujer reclama: “Aunque es un niño es un alma, un ser humano, compadézcanse del dolor ajeno, ¡por Dios, hombre!” (Guión de *El mal de los siete días*); a lo que un hombre refuta: “¿Pa’ qué nos ponemos en tanta controversia? Si uno se pudiera morir siendo un niño mejor porque los niños son unos angelitos que derecho van pa’l cielo. ¿Y uno? ¿Uno qué?” (*Ídem*). Posteriormente, el conflicto entre crédulos y escépticos se pronuncia cuando “Telvina dice a Hana que hay que desocupar la sala de su casa para ejecutar el bunde”, a lo que Hana responde: “Yo no voy a dejar que bundeen a mi hijo, eso es pecado” (*Ídem*). Después de esto,

José Sandoval, un hombre que ama demasiado las noches de bunde, incluso, anda con la tambora en hombro, sin encubrir su cinismo, se acerca donde Hana que estaba sentada en una banca afuera de su casa: “¿Vamos a bundear al angelito?”. “Yo no estoy de acuerdo con eso, don José”. “Se lo compro para bundearlo, mi reina”. Hana solo le mira con un nefasto desprecio (*Ídem*).

El bunde, como vimos, finalmente se celebra y la contradicción entre *cultura* e *individualidad* se intensifica más: “Hana sigue llorando y los demás cantando y bailando, tomando aguardiente y café hasta el otro día” (*Ídem*). Pero si en personas jóvenes como Víctor y la madre del niño bundeado parece haber cierta ambigüedad a la hora de inscribirse en el marco de creencias que han heredado, en Álvaro González, el padre de Víctor, no parece haber lugar a vacilaciones: “Yo he tenido la oportunidad de ser perturbado por estos personajes; yo los he escuchado, se me han reído, han tratado de embolatarme, han tratado de jugar conmigo”.

En suma, y como decíamos antes, es claro el interés de Víctor por prácticas, creencias y otros aspectos propios de Villapaz. De allí que él afirme que “lo audiovisual permite que uno se encuentre, como un espejo, como uno valorar lo que uno tiene”:

En *La última gallina en el solar* hay un personaje, El Mosca, que habla como el propio actor; o sea, el personaje en la vida real habla así y en la película dice: “¡Es una *heriencia* que me dejó mi abuela!”. Entonces mi papá le decía: “¡No, no, se dice *herencia*!”. Y yo decía: “No, no, sigamos grabando que está bien”. Entonces es mejor montarlo así, natural, como él hacía su papel. También pasó cuando ese actor dice *yama coloraa*, que se dice en realidad *yema*, la del huevo. Lo mismo cuando él dice *comprobancia*. Allí dijeron: “¡No, lo que pasa es que él quiso decir prueba!”. Y entonces yo les dije: “¡Pero me estás hablando de un sinónimo y entonces todo el mundo va a entender lo que él quiso decir!”. Para uno entender no necesita siempre que le digan la palabra correcta y la gente entiende lo que uno quiere mostrar. Por eso es bueno no callar a muchas personas que tienen su voz, porque es importante uno conocer la forma, la expresión cultural de esas personas. Entonces, ahí es donde me parece que mostrar la forma de hablar de El Mosca es como una forma de mostrar que la televisión siempre quiere una perfección y ahí estoy ocultando la realidad de los personajes. La televisión tapa muchas cosas que la realidad nos puede mostrar. En *La última gallina en el solar* esa es una manera de mostrar mucha naturalidad de lo que es el ser humano.

Lo propio pasa por las formas de hablar, pero también por el paisaje, los recursos naturales y la arquitectura local:

En *Presagio* hay unos niños que están pescando y vemos el zanjón¹⁰⁹. Para mostrar el zanjón hay que mostrar un paisaje, el paisaje de Villapaz, de lo que tenemos, del poquito de agua que aún queda porque el zanjón era más grande. Las películas siempre tienen

¹⁰⁹ Zanjón es la manera como en Villapaz denominan los riachuelos.

alguna intención de conservación de lo nuestro, del paisaje y de algunas costumbres. Este tipo de cosas casi siempre las metemos en las películas. Por ejemplo: usted observa en las películas muchas casas de bahareque y cualquiera que las viera diría: “¡En Villapaz todas las casas son de bahareque!”. Y no es así, pero es como una conservación de lo arcaico de las construcciones de nuestra comunidad porque ese tipo de casas es típico de acá. En las películas casi siempre se consignan cosas que uno ha vivido¹¹⁰ (Víctor).

Temáticamente, *Tiempo de angustia* presenta aspectos de la realidad local distintos al mundo de las creencias, las tradiciones o la naturaleza. Esta película es la historia de un agricultor rico que explota a sus trabajadores y que cae en bancarrota, motivo que lo lleva a suicidarse. Aquí, Víctor se desplaza del universo simbólico local al del mundo de las relaciones económicas entre patronos y trabajadores y de las condiciones laborales de estos últimos. Como vemos, en esta película lo local aparece decididamente atravesado por el conflicto, más como objeto de reproche que de legitimación:

El principal problema que tiene Villapaz es el desempleo y una de las cosas que queríamos mostrar con *Tiempo de angustia* era que se comete mucha injusticia con los trabajadores de aquí; tiene que haber pago cumplido y le dicen al trabajador que para dentro de ocho días. No sé si es porque se les crecen unos intereses en el banco a los dueños de los ingenios. Se comete mucha injusticia sin saber qué problemas tienen los trabajadores, si les hace falta esa plata, si se van a trabajar sin desayunar.

¹¹⁰ Aunque es claro su interés de usar las películas como medio de recreación del paisaje y los recursos naturales de Villapaz, también lo es que son utilizados como elementos dramáticos que aportan a la construcción del relato, como sucede en *El mal de los siete días*, en cuya primera escena del guión se registra: “El canto de los pájaros, el silbar del viento y el lindo destello del sol matutino, anunciaban la llegada de un nuevo ser”, refiriéndose al niño que, posteriormente, descubrimos que padece el llamado mal de ojo. Como vemos, en este caso, la naturaleza no aparece solo como accesorio o *background*, sino, al contrario, como parte del relato.

Armando González, el padre de Víctor y protagonista de *Tiempo de angustia*, destaca de la película los perjuicios que padecen los trabajadores tras haber sido explotados e injustamente despedidos por su patrón: “¡Imagínese el dolor de tener que llegar a robar! Es triste cuando la niña le pide algo de comer y él no tiene qué darle a pesar de él ser un campesino que trabaja y que siempre sustentaba a sus hijos, pero se encuentra sin salida. ¡Ver el dolor en sus casas! ¡Sentir en carne viva lo que es tener hambre!”.

Si bien Víctor presenta, por momentos, lo audiovisual como instrumento de autorreconocimiento colectivo, ya sea para visibilizar lo que juzga valioso o para denunciar lo reprochable, también reivindica asuntos que trascienden lo local. Un ejemplo de esto es la ‘polémica’ generada a propósito de la escena de *La última gallina en el solar* en la que El Mosca lame la sangre que queda en su machete cuando mata al hombre que pretendía robarle su gallina de los huevos negros y, tras hacerlo, agradece a Dios:

Esa parte generó polémica. Una señora me dijo: “Estuvo muy buena la película, pero no me gusta por qué El Mosca tiene que dar gracias a Dios por esas cosas. Además, eso no tiene nada que ver con Villapaz”. Yo le dije: “¡Y a usted ¿no le gustan las películas de Rambo¿! ¡Seguramente sí y esas películas tampoco tienen nada que ver con Villapaz! Lo que pasa es que es una película, es cine, es cine de entretenimiento, mostrar ideas”. También una señora me dijo: “¡¿Cómo se te ocurre¿! ¡En Villapaz la gente no mata por gallinas! ¡En Villapaz no hay gente matona!”. Y yo le dije: “No, mami, lo que pasa es que no es un documental, es una película donde se mezcla fantasía y algo de realidad”.

Según lo relatado por Víctor, el descontento de la señora tuvo doble origen: uno religioso y el otro relativo a la identidad local. En cuanto al primero, no debe sorprender el hecho de que las personas de Villapaz se muestren sensibles en cuestiones de fe pues las iglesias, tanto la católica como las protestantes, tienen una fuerte incidencia en la zona:

En Villapaz hay mucho evangélico. Ellos son los que más están en contra de la forma de ser de El Mosca, pero la película es para que la gente encuentre explicaciones, para que haga comentarios. Aquí predomina más la religión cristiana que la católica, sobre todo a partir del año 1999 que llegaron las iglesias evangélicas. Algunos evangélicos me hacen reclamos sobre las películas, pero igual las quieren ver y participan en ellas: en *Presagio* actuaron como cuatro evangélicos¹¹¹.

En cuanto a la *identidad local*, este parece ser un tema que atraviesa muchas de las reflexiones de Víctor acerca de su trabajo, las que suelen tomar forma a partir de dos oposiciones de sentido: cine Vs. documental y cine Vs. televisión. Cuando Víctor define en términos de género *La última gallina en el solar* da cuenta de la primera oposición:

No es documental porque si fuera a hacer un documental de Villapaz hablaría de Villapaz, pero es cine, estamos haciendo cine. El cine es muy abierto; es para expresar esas ideas que uno se suele inventar porque en el cine uno puede volar y decir: “Esto es así”. Ahí está alguien que se le ocurrió hacer un mundo *Avatar*¹¹², por ejemplo. Ese mundo no existe, pero el director lo hizo así. Es el cine. El cine permite expresar el verdadero arte. Esa es la ventaja que yo veo en el cine.

De esto se deduce que Víctor asocia el cine con la ficción (y el arte), el documental con la no ficción y, a su vez, el documental con *lo local* y la ficción con *lo más allá de lo local*. La analogía funcionaría

¹¹¹ Todas las personas de Villapaz con las que tuvimos la posibilidad de conversar coincidieron con Víctor sobre el predominio de iglesias protestantes. De otro lado, a juzgar por el número de mujeres vestidas con faldas largas y blusas sin escote, vestimenta que corresponde a la prescrita por gran cantidad de iglesias protestantes, a la proyección de *Presagio* (de la que hablaremos más adelante) asistieron personas en gran número pertenecientes a estas religiones.

¹¹² Se refiere a la película *Avatar*, dirigida por James Cameron y estrenada en Colombia en el año 2009.

si no fuera porque, al definir su trabajo, Víctor también opone el cine a la televisión y, al hacerlo, el cine aparece reconectado con la no ficción y lo local: “Con *La última gallina en el solar* yo no estoy haciendo un noticiero; cuando uno está haciendo eso, el presentador debe rebuscarse sus palabras, hablar bonito, hablar correcto, pero cuando es cine, el cine es para expresar lo que uno vive”. Víctor cuenta que algunas de las personas que participaron en la realización de *La última gallina en el solar* y que él consultó en ciertos momentos del proceso de edición opinaban que deberían excluir los apartes en que El Mosca usa palabras soeces e ‘incorrectas’, mientras que Víctor defendía la idea de incluirlos en tanto correspondía con la realidad y lo propio de personas de Villapaz.

Asimismo, en *Amor sin perdón* se reivindica la asociación cine-realidad y al hacerlo parece entrar en conflicto con ciertas expectativas de los espectadores locales sobre sus películas, moldeadas, según Víctor, por la televisión:

Alguien me dijo: “¡Eso es mucha película, pero no me gustó el final! ¡Es muy chimbo! ¡¿Cómo se le ocurre una película donde el protagonista muere!¿”. Eso generó bastante polémica. Entonces le dije: “Quiere decir que no todas las películas tienen que ser iguales”. Le dije que ella moría cuando todo estaba bien. ¿¡Cuántas personas han muerto teniendo la felicidad! Allí le metí la realidad porque en un momento uno tiene muchos planes, de casarse y todo eso, pero la muerte te sorprende. El protagonista de las películas y de las novelas siempre es inmortal y ¡no, en la vida real uno no es inmortal! Entonces, es natural que usted muera siendo feliz. Eso pasa en *Amor sin perdón*. La gente no lo miró desde ese punto de vista, pero eso es lo que yo quiero mostrar, que el destino no lo tiene marcado nadie. En la televisión los protagonistas son inmortales, mientras que mi idea es mostrar la realidad que la gente conoce, pero ignora.

Su vindicación de lo real, sin embargo, no significa una defensa de lo que Víctor llama *educativo*, término que, como vimos antes, opone al de *libre*:

El objetivo mío no es decir que estoy educando con la película, sino que es algo muy libre, que si tú te quieres educar, claro que te educas pues estás aprendiendo mi punto de vista, pero no es porque sea mi intención hacerlo; es algo muy libre para que la gente tome sus propias decisiones. O sea: yo no estoy imponiendo sentimientos ni estoy imponiendo ley; es algo muy libre que la gente toma o deja.

Sobre los temas de las películas, en suma, no parece tratarse exclusivamente de un interés por *lo local* o *lo no local* y sí de las dos cosas: “Estamos mezclando Villapaz con ficción”.

¡Entonces hagámosle así!: modos de producción

Los actores de las películas son todos, como decíamos antes, *naturales*: conocidos y familiares suyos que viven en Villapaz. Su padre ha actuado en todas las ficciones: “Es mi actor favorito, el mejor de todos”. También uno de sus hermanos ha participado como actor en varias de las películas. El método de trabajo con los actores no pasa por la lectura previa de un guión escrito, el que Víctor formula antes de rodar (aunque este no corresponda a los formatos profesionales convencionales), solo que decide no compartirlo con sus actores: “Uno busca la manera más fácil para que el actor lo haga: es mejor decirle lo que yo quiero que haga a que le pase un papel y él lo lea y lo interprete. Cuando uno ve que el actor tiene esas ganas de actuar, que tiene mucha retentiva de las cosas, entonces uno le busca la manera de que lo haga a su estilo, pero expresando lo que uno quiere”. La falta de familiaridad de los actores con lo que se conoce como guión literario ayuda a explicar su ausencia en el proceso de realización audiovisual, pero también, como Víctor sugiere, el hecho de que estos estarían mucho más próximos a la cultura oral que a la escrita. Esto implica que los parlamentos encarnen su forma definitiva durante el rodaje en una suerte de creación colectiva cuyo resultado se discute entre tomas:

Hay unos actores que transforman lo que yo he pensado que digan los personajes, pero lo hacen sin apartarse de la intención que yo tengo. Por ejemplo, yo le digo a mi papá: “Diga a la personaje que usted la ama”, y entonces él lo dice a su manera. Muchas veces muchos actores me han dicho: “No, yo pienso que así sería mejor”, refutando alguna idea que tengo de un personaje y yo les digo: “Entonces hagámosle así”. La idea de lo que uno quiere no la quitan, pero la forma, la expresión, sí cambia.

La producción de las películas depende enteramente de la colaboración y solidaridad que prestan distintas personas de la comunidad. Ningún servicio es pago, ni el de los actores ni el de las locaciones:

Le dijimos al mayordomo de la finca donde se grabó *La última gallina en el solar* que estábamos grabando una película y que si podría prestarnos la finca. Él me dijo que cuándo la íbamos a necesitar y yo le dije: “Nosotros la vamos a necesitar hoy unos quince minutos y mañana nos toca venir otro rato”. Él me dijo que todo bien y yo le pregunté que si no iba a tener problemas con el dueño y me dijo que no, que el patrón llegaba los sábados y que “¡ah, pues si viene, qué hijueputa!”. El segundo día que fuimos le mostramos lo que habíamos grabado el día anterior y seguimos grabando sin problema.

Además del apoyo que prestan sus familiares y vecinos, Víctor debe poner de su bolsillo algún dinero para la realización de las películas, especialmente para los casetes y otros insumos. Él reconoce que podría aspirar a fuentes de financiación externas, pero, además de no tener mayor información sobre estas, percibe que los requerimientos para candidatizarse están muy lejos de sus posibilidades: “Yo realmente no puedo manejar lo del Ministerio de Cultura, lo de la presentación del proyecto para las convocatorias, lo del proyecto, más que todo y lo del manejo de los documentos que piden allí”. Además de acudir a un modelo de producción audiovisual que podríamos denominar solidario, la actividad de Víctor dista mucho de los cánones profesionales en tanto —como es posible notar en el penúltimo testimonio— el rodaje no se organiza de acuerdo con los criterios de racionalidad de tiempo

y recursos propios de una producción audiovisual convencional. Esto se debe, en parte, a su desconocimiento, en ese momento, de técnicas e instrumentos de trabajo audiovisual como el denominado plan de rodaje, pero también al hecho de que Víctor acostumbra a editar las escenas de sus películas inmediatamente después de haberlas grabado. Así, cuando Víctor dice que mostró al mayordomo lo grabado el día anterior no se refiere a material en bruto sino ya editado:

Muchas veces yo edito una escena después de grabarla. Lo hago por la afición, por querer hacerlo. Digamos que termino a las seis de la tarde de grabar, después me baño y como a las ocho me siento con cuidado a editar. Ahí se me vienen muchas inspiraciones y cuando uno se da cuenta ya son las dos de la mañana, y uno va a mirar otra vez cómo está el trabajo y de acuerdo con eso uno dice: “Vamos a craneárnosla para la siguiente escena”.

“Por la afición”: esta parece ser una de las claves para entender el compromiso de Víctor con su trabajo. Más que compromiso, sin embargo, habría que hablar de goce, de la fruición genuina que le producen la creación y la manipulación de imágenes y sonidos. Lo que se descubre en el contacto con Víctor y su trabajo es, entre otras cosas, el deleite y el empeño indeclinable de llevar a término sus proyectos. De los dieciocho que ha emprendido, solo ha abandonado uno (*La viuda maldita*) y, por insólito que pueda resultar a cualquier videasta mínimamente iniciado en moldes de producción industrial, ha repetido enteramente el rodaje de *Amor sin perdón* y de *La última gallina en el solar*, esta última grabada para su primera versión con un teléfono celular. Cuando “la gente la vio, dijo: ‘¡No, eso está muy borroso!”, por lo que decidió grabarla de nuevo con una cámara de video de las que vienen incorporadas a las cámaras digitales de fotografía.

Presentamos *La última gallina en el solar* en Villapaz y después de la presentación yo dije: “¡No, no, esa película la tengo que repetir! Yo tengo una cámara digital de cinco megapíxeles y con eso ya se

entiende más”. Pero ellos que no, que no repitiera la película, que había que buscar otra idea. Y yo: “No, la idea no está bien porque incluso hay detalles que yo no puedo cambiar en edición”. Mi papá era uno: “¡Ya la tiene grabada! ¡Tiene que grabar otra película!”. Y yo: “No, esto es un problema y si uno lo evade y sigue sabiendo que lo dejó atrás...”. Yo pensé la película como algo explorativo y entonces me dije: “El personaje de El Mosca tiene una maldad sufrida y necesitamos un personaje más cómico”. Él, a pesar de ser malo, podía ser un personaje muy cómico, por lo que era necesario cambiarle la forma de ser, además de su imagen. Entonces empezamos a grabar de nuevo con otro actor y con la cámara de cinco megapíxeles, y se cambiaron algunas connotaciones de la película anterior (Víctor).

Como es posible notar, entre una versión y otra Víctor toma decisiones que implican cambios de todo tipo, más allá de los que derivan de la sustitución de formato de video: cambio de actores, modificaciones del perfil psicológico de los personajes e, inclusive, alteraciones en la trama de la película como es el caso de *La última gallina en el solar*, en cuya primera versión la mujer del terrateniente a quien su empleado, El Mosca, asesina, queda sola, mientras que en la segunda versión se queda con El Mosca, acentuando la traición cometida contra el terrateniente. Según Víctor, es común que después de haber presentado sus películas, las intervenga permanentemente, buscando mejorar la edición o generando nuevas versiones, como fue el caso de *La última gallina en el solar* que, además de las dos versiones rodadas, realizó una tercera en blanco y negro.

Otro aspecto interesante sobre los métodos de trabajo implementados es que Víctor ha tenido que investigar, para la realización de algunas de sus películas, sobre la historia de Villapaz y región, lo que ha implicado, a su vez, que fortalezca su contacto con los *viejos* del pueblo, estimulando sus recuerdos y pidiéndoles que describan tradiciones hoy no tan generalizadas entre los villapaceños. Esto ha significado también que conozca el trabajo de un historiador de la zona: “Estuve investigando y leyendo a un investigador que se llama Carlos

Alberto Velasco, un escritor de Villarrica. Él ya ha escrito dos libros”¹¹³. Lo interesante de esto, además de evidenciar aspectos sobre los métodos de trabajo, es que la realización audiovisual ha incluido el intercambio y circulación de saberes sobre el universo cultural de esta zona, lo que significa, al menos en este caso, que video y memorias oral y escrita encuentran una articulación en el trabajo de Víctor. Su relación con los narradores locales también se expresa en *Más allá de la nariz*, película en la que recoge coplas de los viejos poetas de Villapaz que relatan historias locales como la del chance que veíamos antes: “Aquí un narrador le sacó una copla bien bonita a esa historia; la narra bien elegante. Aquí han habido historias muy bonitas y aquí en Villapaz las sacan en verso y en poesía” (Víctor). Aquí se destaca la atención que presta Víctor a las formas culturales que, como el bunde, han perdido cierto vigor, siendo casi exclusivamente cultivadas por los *viejos* del pueblo. También es notorio su interés por los narradores, sean historiadores o copleros, pues podría ser indicio de que Víctor se asume como una suerte de nuevo narrador de su comunidad. Este es un aspecto del que esta indagación no da cuenta, pero que abre una beta a explorar para examinar la relación que emerge en el trabajo audiovisual de Víctor, entre imagen, relato e identidad colectiva.

Los públicos: Eso fue de aplausos y todo el mundo aterrado

Sus películas han sido presentadas en Cali, Jamundí y, sobre todo, en Villapaz. Allí, en la Casa Comunal, fueron exhibidos los dos primeros largometrajes de ficción: *Amor sin perdón* y *La última gallina en el solar*: “Presentamos *La última gallina en el solar* y la gente reclamaba que la presentáramos otra vez. Todo el mundo pagó 700 pesos por verla. Ese día hicimos como 70 mil pesos” (Víctor). El resto de películas ha sido presentado en el parque principal del Villapaz. En *Presagio*, a cuya proyección asistimos, cientos de personas se agolparon a ambos costados de la pantalla, lo que es posible gracias a que fue proyectada en un pe-

¹¹³ Uno de ellos es *Jugas y bundes cantados por negros en el norte del Cauca* (Velasco, s. f.). De este libro, Víctor extrajo algunas notas que han contribuido con la realización de *El bunde* y de *El mal de los siete días*.

dazo de tela en cuyo revés aparece la imagen invertida de la película. La tela, más bien destemplada, era sostenida por dos troncos de guadua asegurados dentro de baldes de plástico llenos de gravilla. La mayor porción de público se ubicó del lado del proyector, donde se encuentra una pequeña tarima de cemento y detrás de esta una cancha de microfútbol; mientras el resto lo hizo del lado contrario, donde están las zonas verdes y los pasajes pavimentados del parque. En la tarima se ubicó la mayoría de niños presente en la exhibición, todos sentados y bastante atentos, mientras en la cancha se situaron jóvenes y adultos, de pie y en grupos de diversos tamaños. El interés por las películas se expresa en número, pero también en actitud: cada tanto el público comenzaba a reír y de la risa pasaba rápidamente a la carcajada y al éxtasis; estas manifestaciones fueron frecuentes y alcanzaron sus picos más altos de hilaridad cada vez que en la película aparecía un nuevo personaje. En esos momentos la risa pareció tomarse los cuerpos de los asistentes, zarandeándose y empujándose mientras seguían mirando atentos la pantalla. En *Presagio*, cuando apareció Máximo encarnando uno de los personajes (Máximo es un tío de Víctor con dificultades para hablar, “medialengua” le llama él, “un personaje que uno lo conoce por el caminado y que la gente siempre lo ha querido por su forma de ser”¹¹⁴), la carcajada fue unánime y de uno de los grupos salieron disparados dos cuerpos directamente hacia el suelo; si no cayeron fue por utilizar a tiempo sus manos. La escena parece recordar las salas de cine cuando no estaban revestidas de tanto confort y los espectadores se extasiaban con películas cómicas. El uso de esta evocación sería acertada, si no fuera porque las películas de Víctor no son propiamente comedias. Se trata más bien, como vimos, de tragedias con algo de suspenso y a veces de terror. *La última gallina en el solar*, por ejemplo, “reúne misterio, suspenso, acción” (Víctor), aunque, como veremos con más detalle, también algo de humor en algunos de sus personajes.

¹¹⁴ Víctor considera que “en la película él actúa muy bien, lo hace rebien, pero la gente se ríe porque es Máximo”.

Decíamos antes que el público que asistió a la presentación de *Presagio* se dividía en dos: los niños sentados en la tarima y los jóvenes y adultos de pie localizados a ambos costados de la pantalla. La diferencia entre un grupo y otro no es solo de ubicación, sino también de actitud. No es que, como vimos, los jóvenes y adultos parecieran distraídos, pues la risa exige atención hacia aquello que la produce. En los niños se trata de un tipo de atención que no deriva en carcajadas y sí en sorpresa, extrañeza y fascinación. Embebecidos, fijan su mirada en la pantalla y se exaltan con cada giro de la trama. Como vemos, la experiencia de los niños es la opuesta de la reconocida en los adultos durante ciertos apartes de *Presagio*. Con ellos, el desencuentro entre objetivo esperado y realmente obtenido está ausente y el proyecto de Víctor parece realizarse plenamente: “Los niños miran la película con mucha seriedad. Ellos sí creen que eso es verdad; no lo miran tanto como ficción” (Víctor). De esto podría uno suponer que las películas de Víctor son para públicos infantiles, si no fuera porque él declara que también busca alcanzar otras audiencias. Al preguntarle sobre si le resultaba frustrante buscar ciertas reacciones en el público (asombro, intriga, sorpresa, desconcierto) y, en cambio, encontrar en parte de este, precisamente, las reacciones contrarias (hilaridad, jolgorio, bullicio), él argumenta, a propósito de *Presagio*, que la risa del público no implicó su desatención de la trama:

Se reían, pero la gente iba concibiendo la película de acuerdo a lo que sí se quería mostrar que era que la mente tiene un poder absoluto; sí creo que llegamos a algo porque la gente entendió. Todo mundo me decía: “¡Uy, no, la lengua lo que hace ¿no?!” . Entonces, la gente sí se reía, pero conservando el hilo de la película. Se reían porque los actores eran de Villapaz y recordaban cosas, pero el hilo de la película no se les perdió, lo entendieron. Incluso, yo muchas veces me río en algunas escenas. Me acuerdo del papel que hace mi papá, que es el de un personaje itan ignorante! y simplemente me da risa. Además, yo ya he probado con personas que no son de Villapaz y la gente no se ríe. En Jamundí, la gente de una productora llamada Culpable Film se dio cuenta de *La última gallina en el solar*

y me dijeron: “Nos gustaría que usted presentara su película en la Casa de la Cultura”. Y entonces íbamos a presentarla y no había nadie en la sala, pero cuando empezó entró una montonera de gente. Se enredaron en la película; se metieron en los personajes. Se reían cuando la película presentaba un caso de humor, pero no se reían por los actores porque nadie los conocía. Se metieron en la película y cuando terminó eso fue de aplausos y todo el mundo aterrado.

De igual manera, en Jamundí se proyectó *La mano peluda* —exhibición a la que asistimos— y también en este caso la reacción de los presentes empalmó con la intención de Víctor: suspenso y terror. En Villapaz, este empalme ocurre con los niños, aunque también con los adultos en ciertas escenas, especialmente en aquellas de mayor dramatismo y tensión. En *Presagio*, por ejemplo, el público pasó del jolgorio al silencio cuando en la trama comienzan a morir varios de los personajes que intentan abandonar el pueblo. En este momento del relato, la reacción se acercó mucho al “misterio, suspenso y acción” que Víctor busca generar con sus películas. La familiaridad del público con lo que muestra la imagen parece ser la causa de que este no logre alcanzar el tipo de concentración que Víctor esperaría. La aparición en pantalla de cada personaje representa la aparición de un conocido o, inclusive, de un familiar. Ocurre lo mismo en el caso del espectador que, ya como actor, representó al personaje que aparece en pantalla: tan pronto se reconoce, carcajea al unísono con el resto del público, mientras este le mira y le hace chanzas. En estos casos, el espectador se desprende de la *diégesis* de la película, centrando su atención en las personas, más que en los personajes. Tal jolgorio podría ser el mismo que se produce cuando una familia se reúne para ver las fotografías y videos tomados de celebraciones o momentos de la cotidianidad. Revisar el álbum videográfico familiar también suele ser motivo de alborozo. En las películas de Víctor pareciera que esta experiencia se hace más intensa cuando quienes están en pantalla aparecen en actividades no cotidianas o de celebración (conversar, bailar, etc.) y sí en situaciones extraordinarias y hasta inusitadas: personas corriendo y gritando que deben abandonar el pueblo, un subalterno codicioso traicionando a su patrón, dos niños ahogándose en un río, un periodista montado

en un caballo mientras canta una ranchera de Vicente Fernández, una mujer convertida en cerda por un maleficio, un hombre que se suicida tras caer en quiebra, etc. Es posible homologar entonces las películas de Víctor con el álbum videográfico familiar, pero solo con la condición de no olvidar que se trata de un álbum de personajes, más que de personas. Ya vimos, sin embargo, que el espectador no vería en pantalla exclusivamente personajes (si lo hiciera tal vez no sobrevendría la risa), pero tampoco ve solo personas; lo que ve, según parece, son ambos: personas-personaje y, de manera más puntual, personas *familiares* encarnando personajes *extraños*.

Como hemos sugerido, la calidad técnica de las películas de Víctor está muy lejos de lo que en el mundo audiovisual se conoce como *broadcasting*. Él es consciente de ello, pero sabe que sus películas logran cautivar el interés de la gente de Villapaz. Cuando le preguntamos sobre por qué creía que esto ocurría, sobre todo teniendo en cuenta que sus películas no corresponden con la calidad técnica de lo que a diario la gente de Villapaz ve en televisión¹¹⁵, dijo: “Porque las películas son muy arraigadas. Muchas cosas de las películas son lo que uno vive”¹¹⁶. Arraigo: esta parece ser otra de las claves para entender no solo la experiencia de apropiación de medios audiovisuales por parte de Víctor, sino también la experiencia de apropiación de productos audiovisuales por parte de una comunidad como la de Villapaz.

¹¹⁵ Según Víctor y algunos amigos suyos, los pobladores de Villapaz se inclinan en la televisión por ciertas películas *hollywoodenses*, las telenovelas y los noticieros nacionales: “A la gente, especialmente a los jóvenes, le gusta mucho las películas donde vuelan plomo; la gente quiere es ver matar, el narco, el que manda y todo eso. De las telenovelas, *El capo* y *El cartel de los sapos* pegaron bastante. Aquí se ven mucho los noticieros nacionales: todo el mundo a las 12 y 30 del mediodía está sentado viendo las noticias. Se ven más los noticieros de RCN y Caracol que los de Telepacífico. Aunque hay gente que toda la vida, más que todo los adultos, a las 8 y 30 de la noche están entonados con *Noti 5* [noticiero del canal Telepacífico]. En cambio, los jóvenes de ahora no vemos mucho los noticieros regionales” (Víctor).

¹¹⁶ La falta de factura técnica no implica, sin embargo, la falta de anhelo por obtenerla: “La cámara no es que sea lo primordial, pero es importante; entonces con una cámara de buena resolución se llama mucho más la atención” (Víctor).

Buscando rastrear otras experiencias de apropiación local del trabajo de Víctor, llegamos a Jackeline, su hermana, quien dice haberse conmovido mucho con la escena en la que el hombre y sus dos hijas mueren cuando intentan atravesar un río: “¡Me tocó tanto esa escena! ¡Uno ve las cosas tan reales! ¡El señor que pretende cruzar el río está tan desesperado!”. Razones que están por fuera de la diégesis de la película podrían explicar la reacción de Jackeline ya que, además de ser hermana de Víctor, es hija del actor que encarna el personaje que fracasa en su intento de cruzar el río. Ante ello, algo incrédulos, preguntamos si acaso su conmoción no se debía al fuerte vínculo familiar que tenía con la película, a lo que ella respondió: “No, fue la escena la que me conmovió. No fue porque el actor fuera mi papá; fue la escena en sí la que me tocó”. Aunque resulta obvio que su filiación con quienes hacen las películas media su experiencia como espectadora y sus juicios, habría que dar algún crédito al testimonio de Jackeline y tomar en cuenta sus opiniones respecto del trabajo de Víctor en general. Aunque lo suele valorar positivamente, no deja de ser bastante crítica en algunos aspectos:

Amor sin perdón me parece muy parecida a todas las historias que uno ve de alguien que sufre por amor. A la gente le gustó mucho porque es romántica. Por otro lado, a toda la gente le gustó *La última gallina en el solar*, en la que hay mucha violencia y a la gente, no sé por qué, le gusta las cosas violentas. La gente habla todavía de esa película, llena de violencia y todo, y yo digo que desafortunadamente es la mentalidad que tenemos la mayoría de los colombianos: nos gustan las películas fuertes. A mí, de todas las películas que ha hecho, me parece que *Presagio* le quedó mejor porque es la última y siempre en la medida en que se va haciendo las cosas se va aprendiendo y mejorando.

Como vemos, su crítica sobre *Amor sin perdón* pasa por el abordaje de un tema que ella juzga tópico, cliché. De *La última gallina en el solar* opina lo mismo, solo que su crítica de la película y del público pasa por el tema de la violencia. Por otro lado y distinto a lo que ocurre con la madre y el padre de Víctor, quienes se encuentran plenamente a gusto

con la vocación de su hijo, Jackeline se muestra preocupada con el futuro laboral y económico de su hermano. De acuerdo con esto, resultaría digno de algún crédito lo relatado por Jackeline a propósito de la escena trágica del río. La que supusimos podría ser una hermana condescendiente y hasta piadosa, no obstante, se revela crítica y escéptica respecto del éxito económico de un oficio como el elegido por su hermano.

Otras experiencias de proyección de las películas ofrecen nuevas pistas sobre el modo como los públicos de Víctor se relacionan con su trabajo. Una de estas experiencias es la relatada por la propia Jackeline, cuando ella usó *La senda equivocada* para apoyar su trabajo como enfermera y promotora de salud en Jamundí:

En *La senda equivocada* un señor tiene una familia muy pobre de tres hijos. Uno que termina siendo drogadicto; la otra es la niña desordenada: a muy temprana edad anda libremente y, aunque está estudiando, se va con un chico, termina embarazada y aborta; el otro hijo, en cambio, es muy aplicado y estudia. A pesar de todas las circunstancias que hay en esa familia, este chico logra salir adelante, se capacita y termina siendo un ingeniero agrónomo. El drogadicto, de tantas sustancias psicoactivas que consume, muere. Cuando la película llega a esa parte, yo lloré. ¡Me tocó tanto esa escena de la muerte de ese muchacho! Cuando la presenté a los chicos de la escuela todos querían verla. Yo la presenté a los niños de sexto y séptimo y los otros cursos también querían verla. Hicieron bastantes comentarios y ellos querían tenerla, comprarla. Los chicos ya no querían escuchar la charla de las otras compañeras, sino que querían que yo hiciera la charla, pero no era tanto por lo que yo dijera sino por ver la película. Es un material de apoyo que me sirvió un resto porque educa mucho. Incluso, muchos profesores de aquí han trabajado con esa película.

Otra experiencia de exhibición de esta película fue la que tuvo lugar en Villapaz, agenciada en parte por la Universidad Autónoma de Occidente-Cali como parte de un proyecto sobre prevención de drogadicción y del aborto. Jackeline cuenta que al presentarla “casi todo

el mundo quedó con los ojos enlagunados”. Además de este material, la universidad planeó la proyección de otros materiales audiovisuales que, según ella, no dieron resultados tan positivos como los obtenidos con la película de Víctor: “La gente de la Universidad llevó una película que no fue hecha acá sobre drogadicción y aborto, pero no pegó”.

Víctor también ha presentado en Cali algunas de sus películas, especialmente en el Festival Nacional de Cine y Video Comunitario que organiza Mejoda, un colectivo audiovisual del Distrito de Aguablanca de Cali. En 2009 fueron parte de la programación de este festival *La senda equivocada* y *La última gallina en el solar*, y en 2010 *La mano peluda*, *Presagio*, *Más allá de la nariz*, *El bunde* y *Adoración al Niño Dios en Quinamayó*. También en 2010 Víctor participó en el mismo evento como capacitador invitado, dictando talleres de realización audiovisual en la Institución Educativa Normal Superior Farallones de Cali y en la Universidad del Pacífico en Buenaventura.

Además de las proyecciones públicas, otra forma de circulación del trabajo de Víctor es la venta en formato DVD de las películas, que puede ocurrir justo después de las presentaciones o en incursiones que Víctor hace en poblaciones cercanas a Villapaz como Robles, otro corregimiento de Jamundí: “En Robles todavía no hemos presentado *Presagio*, pero sí fui a venderla en DVD y supe que unos manes la cogieron y la copiaron y la vendieron a tres mil pesos”. Víctor la vende a un valor-base de cinco mil pesos, pero puede variar de acuerdo con el bolsillo del comprador. Cuenta él que aún hoy la gente de Villapaz y de pueblos aledaños le piden en venta películas anteriores:

Algunos me dicen: “Ve, llevame *La última gallina en el solar* a la casa”. Un señor de Quinamayó [corregimiento de Jamundí cercano a Villapaz] me dijo que se la llevara por cinco mil pesos, pero resulta que yo voy en moto y uno se gasta como una botella de gasolina para llegar allá, por lo que no aguanta llevar solo una película. ¡Hay que llevar varias! La gente pidió mucho *La última gallina en el solar*, pero ahora ya no tanto porque la mayoría ya la tiene. Ahora todo el mundo pregunta continuamente por *Presagio*.

Además de las proyecciones públicas y de la venta de la copia de las películas, internet ha sido otro medio de divulgación del trabajo de Víctor. En YouTube tiene publicada *La puerca*, ficción de un minuto de duración, además de fragmentos de *Amor sin perdón*, *La última gallina en el solar*, *Presagio*, *La mano peluda* y *La viuda maldita*, y de los documentales *28 de diciembre en Villapaz* y *Juga de Villapaz*. Adicionalmente, la web colombiana www.somosafro.org tiene publicadas algunas fotografías de sus películas y una entrevista en la que Víctor habla de su afición por el video. Este tipo de figuraciones han permitido que su trabajo sea conocido fuera del país, recibiendo comentarios de algunos de los visitantes: “Soy Roberto de Argentina. Me gustó lo que estás haciendo y se nota que es a todo pulmón y que te sale del corazón el poder crear algo que tenés en tu cabeza, mientras lo audiovisual es el método para vos”¹¹⁷. Así como permite visibilizar su trabajo más allá de su pueblo, posibilita que los villapaceños que residen por fuera se reencuentren con este. En YouTube, una espectadora de *28 de diciembre en Villapaz* escribió este comentario: “Eso se ve ke estuvo super bueno. Extraño tanto el látigo”¹¹⁸. Ahora solo me keda desear poder ir este año. Bueno mi gente los re kiero y espero ke nunca se pierda la cultura. att: Katherin Aponzá”. Otra visitante, no menos nostálgica, anotó a propósito del mismo documental: “¡Qué pena no poder estar ahí...! ¡Pero vamos a ver para este año! Saludos a toda la gente de Villapaz. Att: Mega”¹¹⁹.

También en la web de Plan, organización no gubernamental que ha realizado trabajo de *desarrollo humano* en Villapaz y región, se encuentra publicada una nota dedicada a Víctor¹²⁰. El interés de los medios de comunicación por la experiencia de Víctor ha sido grande: desde diarios impresos de reconocimiento nacional como *El Tiempo* de Bogotá y *El País* de Cali, pasando por revistas culturales de cierto prestigio nacional como *Número* de Bogotá y *Gaceta* de Cali y publi-

¹¹⁷ Véase www.training.dw-world.de/ausbildung/blogs/afro/?s=Villa+Paz.

¹¹⁸ Refiriéndose a la celebración del 28 de Diciembre, de la cual, como vimos, hacen parte los latigazos que los enmascarados propinan a los curiosos.

¹¹⁹ Véase www.youtube.com/watch?v=6gYUJgglMFw.

¹²⁰ Véase www.issuu.com/miguelladrong/docs/revista_plan_6.

caciones del movimiento afrocolombiano como *Karambirí* y *Ébano*, hasta *Q'hubo*, diario sensacionalista de la ciudad de Cali. En televisión el canal Caracol, el canal regional Telepacífico, el Canal 14 de la ciudad de Cali, el canal Cable Unión (de la operadora de televisión por cable del mismo nombre que cubre el Valle del Cauca) y el canal local de Jamundí también le han dedicado notas breves. Víctor valora muy positivamente el interés que su trabajo ha despertado entre estos medios, guardando en su archivo personal las revistas, diarios y notas televisivas en que ha aparecido:



Portada de la revista *Gaceta*, suplemento del diario *El País* de Cali. Agosto 23 de 2009.



Diario *Q'hubo*, Agosto 26 de 2009.

De la obra blanca al cine

Decíamos antes que Víctor no es un videasta escolarizado. De hecho, su experiencia escolar general no va más allá del bachillerato, del que egresó en el año 2002. En cuanto a formación audiovisual solo ha recibido dos pequeños cursos, ambos durante 2010: uno de fotografía, en Bogotá, organizado por la ONG Plan, y uno sobre guión dictado por Víctor Gaviria en Cali¹²¹. Si la experiencia escolar no le vincula al audiovisual, tampoco lo hace cualquier herencia familiar de uso profesional ni doméstico de la fotografía ni del propio audiovisual. Las razones que explicarían esta inclinación resultan aun menos claras cuando revela que “a cine nunca he ido” ni muestra una afición acentuada por ver películas por otros medios como los reproductores de video caseros. Que no sea un cinéfilo, sin embargo, no le excluye de haber visto y de destacar ciertas películas, algunas bastante disímiles entre sí, vistas en la televisión o en reproductores domésticos: hollywoodenses como *Avatar*, *El juego del miedo* y *Juegos macabros*; la colombiana *Tiempo de morir*, la italiana *Crónica de una muerte anunciada*, la española *La cabina*¹²², además de “películas de Vicente Fernández” (Víctor). En televisión, destaca *El capo*, telenovela colombiana de reciente emisión que “me atrapó y me gustaba bastante para mis películas porque se utilizaba mucho el primer plano”. Hay que advertir que Víctor ha conocido muchas de estas películas desde que comenzó a hacer video y no antes, lo que desvirtúa la posibilidad de atribuir a estos consumos su vocación por la realización audiovisual. Con la lectura ocurre algo parecido, pues aunque no ha sido un lector asiduo, ha leído algunos libros, especialmente de literatura: “*Crónica de una muerte anunciada*”¹²³

¹²¹ A estas experiencias de formación habría que agregar la aproximación que Víctor ha hecho al manejo del modelo convencional de formulación de guión literario, la que ha sido posible por el contacto que ha establecido con él un grupo de personas ligadas al audiovisual en Cali, incluidas los autores de este libro, buscando apoyar el proceso actual de realización del argumental *El mal de los siete días*.

¹²² Películas dirigidas, en su orden, por James Cameron, Darren Lyn Bousman, Kevin Greutert, Jorge Alí Triana, Francesco Rosi y Antonio Mercero.

¹²³ “Leí el libro y vi la película; aún la tengo”. Según cuenta Víctor, *Crónica de una muerte anunciada* inspiró *Amor sin perdón* en muchos sentidos.

y también un libro de Juan Rulfo que tiene buenas historias” (Víctor). Aunque somera, queda en evidencia la relación de Víctor con ciertos bienes simbólicos como películas y libros. La pregunta es si esta sería suficiente para explicar su vocación por el audiovisual y, como veremos, con la imagen en general. Tal vez la televisión podría explicarla. Bien podría ser Víctor un televidente asiduo como tantas otras personas, sobre todo quienes provienen de sectores populares donde los consumos culturales, a falta de otras opciones, se concentran principalmente en la abultada oferta de televisión nacional y extranjera. De hecho, en la casa de Víctor disponen de televisión por cable, sin embargo, según declara, “casi no veo televisión; me quedo dormido”. Ya que ninguna tecnología de la imagen en movimiento parece ser un antecedente definitivo en la historia que dio forma al gusto de Víctor por los medios audiovisuales, pensamos que tal vez lo fuera algún oficio creativo desempeñado por sus padres, familiares o amigos más próximos: “Mi mamá es ama de casa y antes trabajaba en la agricultura. Mi papá era constructor de casas de bahareque; ahora hace lo que le pongan: trabaja oficios varios”. Aunque profesionalmente ni el padre ni la madre de Víctor han desarrollado cualquier oficio de tipo creativo, su padre sí lo hace con el canto de manera aficionada. Si bien remota, aquí parece haber una pista pues, los primeros videos que hizo Víctor correspondieron justamente a su padre mientras este cantaba. Esto, por sí solo, difícilmente explica su inclinación por medios expresivos como la imagen; de allí, entonces, nuestra decisión de identificar las aficiones creativas que, en Víctor, precedieron el uso del video, algunas de las cuales vinculan la imagen.

La primera afición de la que Víctor tiene memoria es la escritura; de niño escribió mucho: “Sigo escribiendo; tengo varios escritos”. Entre escritura e imagen parece haber una relación estrecha desde el inicio: “Desde que estaba en el colegio soñaba con ver en la pantalla lo que uno escribe”. La pintura también fue una afición temprana: “Con la pintura empecé desde que en el colegio empecé a escribir las vocales, aunque yo escribía más en la casa que en el colegio”. Su casa tiene varios de los cuadros pintados por Víctor:



Título: *Érica*.



Título: *La diferencia entre las manos de lo equitativo*. Esta pintura corresponde a la imagen que acompaña el DVD de la película *Amor sin perdón* que Víctor comercializa.



Título: *Autorretrato.*



Título: *Caballo en la llanura.*

Otro campo en el que Víctor ha trabajado, que también vincula la imagen y la exploración estética, es el de las artesanías:



Aunque con aplicaciones mucho más prácticas que la pintura y las artesanías, pero que de igual manera vincula la creación de imágenes, Víctor también ha trabajado en lo que se conoce en la construcción de edificaciones como *obra blanca*, actividad de la que aún deriva parte de su sustento económico y que le sirvió para adquirir un

teléfono celular con cámara de video incorporada. Él mismo ha hecho todos los acabados de la casa de su madre, donde vive:



La variedad de oficios ligados, en diversos modos y grados, a la imagen parece hablar de la experiencia de alguien fascinado con cada nuevo lenguaje y tecnología con las que se topa, aun en los casos, como la elaboración de enchapes para baños, en la que su función utilitaria es alta. Lo mismo ha sucedido con la escritura, la pintura y las artesanías, y no distinto ha sido con el teléfono celular:

En el año 2006 yo tenía un V₃ [modelo de teléfono celular marca Motorola]. Entonces grababa pero no tenía computador dónde descargar los videos y esa era la intención. Desde entonces siempre estaba pensando en video. Después ese teléfono se me perdió y compré otro, ya en el 2008, un Black Zafiro [modelo de teléfono celular marca LG] y a pesar de que se veía un poco borroso fue a partir de ahí que empezamos a grabar *Amor sin perdón*. Para hacer video una cámara era mejor, pero la plata no me alcanzaba. Entonces compré un nuevo celular de segunda trabajando en la construcción. Ahorré con esfuerzo para comprarlo. Me costó como 250 mil pesos.

Para grabar la totalidad de *Amor sin perdón*, como Víctor señala, requería de un disco duro en el cual pudiera descargar las imágenes. Justo en ese momento, “Jackeline, mi hermana, había comprado el computador. Ella lo compró para hacer sus tareas, no con la intención de que yo editara las películas, pero ese computador tenía un programa de video, Movie Maker, el que trae Windows XP, y ahí empezamos a hacer la edición de las películas”. Víctor aprendió a manejar este programa “cacharriándole; siempre ha sido con el cacharreo”. Algo similar sucedió con internet. Aunque el colegio fue el primer espacio donde tuvo contacto con esta tecnología, fue explorándola de forma empírica como la conoció mucho más. Víctor no dispone de Internet en su domicilio, pero cuenta con el Telecentro de Villapaz que, sin embargo, según él, presta un servicio “pésimo”. Con internet, conoció un programa de traducción que decidió aplicar a sus dos primeras películas: *Amor sin perdón* y *La última gallina en el solar*: “Tenía un programa de traducción y yo tenía que escribir en español y el programa ahí inmediatamente lo escribía en inglés. Si yo lo escribía mal en español, lógicamente que el programa no va a responder porque está mal escrito. Entonces fue mucho trabajo tener bien las palabras, sobre todo algunas que las desconocía el diccionario”.

Como explica, para traducirlas debió transcribir todos los parlamentos de las películas. El guión fue una base, pero al final fue inútil pues, como hemos visto, los actores suelen modificar sus líneas. No cuesta imaginar el tiempo que habrá tomado este ejercicio, incrementado mucho más porque se requiere sincronizar los parlamentos de los actores con la entrada del texto en inglés y para ello es necesario el manejo de algunos comandos. El resultado de la traducción —como suele suceder con este tipo de programas— no es el más acertado: a las limitaciones propias del programa es necesario sumar el poco dominio de Víctor del inglés e, inclusive, sus yerros en el castellano escrito. Así, por ejemplo, donde debería aparecer la palabra *why* (por qué) suele aparecer *because* (porque). La traducción también se extendió al título de las películas, el mismo que aparece impreso en el empaque de promoción de los DVD, en que se evidencian los problemas de literalidad de un traductor simultáneo informático: así, *Amor sin perdón* resulta siendo

Love without pardon. La explicación que Víctor ofrece sobre la decisión que le llevó a traducir sus películas pasa por su interés de ampliar el público y la venta de las mismas: “La idea es que las vea la gente de cualquier idioma y, bueno, yo también quiero que se puedan vender en otros lugares. Hay gente de aquí que tiene un familiar en Estados Unidos y mandan la película allá y en inglés la gente de allá la entiende mejor”. Ese deseo motiva la traducción, pero también, creemos, lo hace el interés que suscita en Víctor el descubrimiento de una herramienta cuyo resultado es producto de su propio trabajo. Así parece haber sido con cada medio de expresión del que se ha apropiado. La relación que establece con ellos tiende a ser siempre intensa, explorando diversos aspectos y posibilidades técnicas pero, sobre todo, produciendo y creando diversidad de cosas: escritos, pinturas, artesanías, enchapes para baños, fotografías, videos, etc. A partir del acceso a la informática Víctor comenzó también a experimentar con los fotomontajes, combinando fotografías del álbum de su familia con otras tomadas por él e, inclusive, con algunas tomadas de internet.



Fotomontaje



Fotomontaje

Yubarta Televisión opera en la ciudad de Buenaventura (Valle del Cauca), con sede en la Universidad del Pacífico, entidad estatal de la que depende financieramente. Es por esta condición que difiere del resto de organizaciones cuyo trabajo hemos documentado, pese a lo que decidimos incluirla al considerar otros motivos que precisaremos a lo largo de estas notas. Funciona desde el año 2005 y en 2007 organizó su actual parrilla de programación. Es transmitido por los dos cable-operadores de la ciudad: Cable Unión (con su canal Telemar) y Codisert. Por ley, cada operador de televisión debe enlazar su señal con los *canales locales* que posean esta figura. Yubarta transmite en su mayoría producción propia, aunque también ha incluido, en menor medida, audiovisuales de los ministerios de Cultura¹²⁵ y de Agricultura¹²⁶, además de creaciones locales independientes¹²⁷.

Televisión local

Ser un canal universitario no lo convierte, sin embargo, en institucional. Quienes lo integran lo identifican como *local, de ciudad*; los

¹²⁴ La investigación que da soporte a estas notas y su redacción estuvieron a cargo de Camilo Aguilera Toro. Este ejercicio se llevó a cabo durante el primer semestre de 2010, por lo que se comprenderá que no dé cuenta de las transformaciones ocurridas en la organización desde entonces.

¹²⁵ Los materiales del Ministerio de Cultura corresponden a la serie *Autóctono*, también transmitida por otros canales locales del país. En Yubarta se emite dos veces al día de lunes a domingo y dura una hora.

¹²⁶ Se trata de *Agricultura al día*, que se transmite una vez a la semana, con media hora de duración.

¹²⁷ El título del espacio que da a conocer estos materiales se llama *Producción independiente*, y cuenta con tres emisiones semanales, cada una de media hora de duración. Allí se presentaron y se repiten los documentales hechos por colectivos audiovisuales de Buenaventura con el acompañamiento de la Corporación Códice Comunicaciones (Cali), en el desarrollo del Plan Audiovisual Nacional (PAN) durante el año 2008.

programas que produce, inclusive aquellos en que se alude a la Universidad, confirman este carácter. “El canal es de la ciudad; esto está claro. En el canal no se ve la prolongación de la academia” (Daney Mina, director de Yubarta Televisión). Más que visibilizar o publicitar la Universidad, priman otros objetivos que, aunque en diálogo con la misión de la institución, parecen haber sido formulados y ejecutados con bastante autonomía. El canal no está regido por una junta directiva ni por cualquier instancia que fije ciertas directrices y verifique su cumplimiento. Esto, sin embargo, no lo convierte en una especie de rueda suelta, pues administrativamente hace parte de la Universidad y con esta, asegura Daney Mina, existen espacios de diálogo y de acompañamiento. Se trata, más bien, de un equipo de trabajo que se encuadra con comodidad en los principios generales que dan forma a la Universidad del Pacífico como proyecto académico: “comunidad”, “desarrollo sostenible”, “desarrollo regional”, “identidad cultural” y “saber local”¹²⁸, conceptos, entre otros, que constituyen la misión de ese centro académico. En concordancia con estos valores, en Yubarta se habla de centrar su propuesta en “dinámicas locales” y “procesos culturales de la ciudad y de la región en pro del desarrollo integral”; en “interpretar y reflejar la esencia de los valores, sueños y luchas de sus gentes” (Yubarta Televisión¹²⁹). Como lo refiere su director: “La del Pacífico es una universidad que nace con un propósito muy particular, que es ayudar a impulsar el desarrollo de la región; para ello vio como herramienta determinante un canal pues es consciente de que es extramuros”.

Como decíamos, aunque sujeto en varios sentidos a la Universidad del Pacífico, no es posible reducir Yubarta a un canal institucional. Esto no significa, sin embargo, que el tipo de televisión que se hace eluda una mirada universitaria de la sociedad. Así, no estar en función de la promoción de la institución no significa darle la espalda: “La Universidad tiene presencia en el canal y obviamente la gente de una lo asocia

¹²⁸ Véase www.unipacifico.edu.co.

¹²⁹ Cita tomada de documento de trabajo producido por Yubarta Televisión, cuyo título es *Catálogo de producción audiovisual* (s. f.).

con la Universidad. Está siempre la marca de la Universidad; lo que no está son los discursos institucionales, que es diferente” (Daney Mina). Esa *marca* se advierte, por lo menos, en dos sentidos: en tanto el canal responde al enfoque universitario de *desarrollo local* y en tanto se vale de la Universidad como fuente e insumo de información: “*Ambiente Pacífico*¹³⁰ se alimenta mucho de las unidades académicas, de sus discursos. Ahí hay una participación, pero no es que el programa sea de la Universidad; es de acá, del canal. Nosotros sabemos en qué momentos ellos pueden servir” (Daney Mina). A ese respecto, Gersaín Díaz, realizador de varios programas de Yubarta, añade:

Una conferencia de un experto de Chile, Argentina o Brasil que va a la universidad y dice una cantidad de cosas importantes, es un pecado, desde el punto de vista económico, que lo escuchen solo cuarenta o cien personas que caben en un auditorio; si una conferencia es de peso e interés público, debería ser transmitida por un canal de televisión. Si a la conferencia es invitada, además de la gente de la Universidad, personas de la ciudad, eso puede ser una buena señal de que el interés es que eso se conozca.

Varios de los programas que componen la parrilla responden al enfoque de *lo local* desde una perspectiva que supera la visión folclorista al incluir tanto *lo propio* como *lo apropiado*. Esto se hace especialmente evidente en los programas musicales dedicados a la música: en *Tendencias musicales*¹³¹, por ejemplo, se abordan tanto los “ritmos propios del Pacífico colombiano, como ritmos importados que se quedaron en el corazón de las poblaciones de esta región” (Yubarta Televisión). *Sabor latino*¹³², por su lado, se concentra en ciertos tipos de música que desde la primera mitad del siglo XX llegaron y se arraigaron en la ciudad; presenta videos de “las grandes orquestas del ayer

¹³⁰ *Ambiente pacífico* es un programa dedicado al medio ambiente y los recursos naturales de Buenaventura y la región. Se emite dos veces a la semana.

¹³¹ *Tendencias musicales* se transmite un día de la semana en dos horarios distintos.

¹³² *Sabor latino* se transmite dos veces a la semana.

en los ritmos de la salsa y afrocaribeños” (*Ídem*). Llama la atención esta concepción amplia de *lo local* en el terreno musical, pero también la ausencia de programas dedicados a estilos musicales escuchados e inclusive ejecutados por las nuevas generaciones y que en Buenaventura tienen una especial expresión como el rap y el reggaetón. Si bien se ofrece un programa dirigido a población juvenil llamado *Generación B*¹³³, en lo referido a espacios musicales predomina una visión concentrada en el pasado.

Los miembros de Yubarta parecen apropiarse con bastante fluidez del concepto de *televisión local*. En sus palabras y en su trabajo audiovisual es clara la orientación que, según Gersaín, no tienen los otros canales de Buenaventura (Codisert y Telemar), aunque estos cubran aspectos y hechos de la ciudad. De acá es posible deducir que *lo local* más que un tema, en Yubarta sería un enfoque, un tratamiento, un tipo específico de abordaje.

Televisión inclusiva

A *lo local* Yubarta integra otro concepto, también recogido en los documentos que definen el sentido del canal: la *inclusión social*, tanto de los diferentes “grupos etarios como de las minorías” (*Ídem*). “Nosotros en la filosofía trabajamos bajo el marco de un discurso de la inclusión: de niños, de jóvenes, de adulto mayores” (Daney Mina). Por ello, la parrilla de programación dispone de varios espacios que confirman el trabajo audiovisual realizado desde este enfoque: *Generación B* tiene el objetivo de “estimular el interés de los jóvenes a participar en diversos procesos de construcción social” (Yubarta Televisión); *Zona de recreo*¹³⁴ se “sumerge en el mundo de los niños, dándoles la palabra y la oportunidad de explorar la realidad desde su propia visión, con sus valores y creencias, lo mismo que sus temores, sus juegos, sus gustos y su mirada acerca de los adultos” (*Ídem*); y *Diálogos de ciudad*¹³⁵, un “escenario para la reflexión y

¹³³ *Generación B* es emitido tres días a la semana; tiene una hora de duración.

¹³⁴ *Zona de recreo* se transmite dos veces a la semana.

¹³⁵ *Diálogos de ciudad* tiene cinco emisiones semanales.

la participación pluralista en torno a grandes temas de la ciudad y la región, incluyendo las miradas tanto del ciudadano común como de expertos, líderes y dirigentes” (*Ídem*). Además, la perspectiva de inclusión social supone “el estímulo a la participación pluralista, diversa, democrática, teniendo como fundamento el impulso de la educación desde la perspectiva de la equidad” (*Ídem*). Lo local y lo inclusivo definen parte del enfoque del canal, el mismo que da forma a su estructura de programación y a cada programa en particular:

Para nadie es secreto que la región Pacífico colombiana siempre ha estado muy relegada y frente a esas lógicas desarrollistas que siempre tienden a separar, la Universidad interpreta esos discursos, digamos, avasalladores y hace lectura del contexto de su realidad, y entonces es consciente de que para poder avanzar hay que construir la unidad y la unidad se construye teniendo en cuenta esas diferencias, los diferentes públicos, los diferentes sectores. Y por ello, avanza hacia cómo construir nueva acción desde la región, cómo construir comunidad, porque ese es el horizonte: avanzar en construir comunidad” (Daney Mina).

Desde esta perspectiva, el déficit a superar es de *comunidad* y es allí que donde actuaría Yubarta. ¿Cómo? *Incluyendo*, lo que parece significar ampliar el acceso a *lo visible*: ya no vedettes políticas ni del espectáculo y sí profesores, líderes populares, amigos de barrio de glorias locales del deporte, personas en situación de discapacidad, etc. Unidad y diferencia se concilian en la idea de una televisión que sería capaz de incluir. De esta capacidad, en cambio, carecería la televisión que —en el discurso de algunos integrantes de Yubarta— aparece claramente como su anti-modelo: “Con Yubarta estamos expresando una insatisfacción, una inconformidad con los medios de comunicación tradicionales: RCN, Caracol. Yo estoy convencido y en el canal estamos convencidos de que esos canales no son incluyentes” (Gersaín Díaz). *Lo inclusivo* se define, pues, en oposición a lo que Gersaín

llama la “espectacularidad” que caracterizaría la agenda de los grandes canales nacionales de televisión. A su vez, todos los integrantes de Yubarta tienden a definir la identidad del canal por oposición a lo que definen como la identidad de la televisión “hegemónica”:

Yo creo que Yubarta es un espacio para hacer muchas cosas diferentes a, por ejemplo, los medios hegemónicos que tenemos en el país. La gente de esta región está totalmente invisibilizada; solo hay unos estigmas. También hay unos formatos muy establecidos de tipos de programa, unos modelos de producción. Hablamos de los canales privados e, incluso —siendo un poquito duro— el mismo Telepacífico, el canal regional nuestro, ha sido criticado y con muchas razones pues lleva más de dos décadas y todavía no se encuentra reflejada la región, es decir, no se encuentra reflejada tan diversa como es” (Harold Tavera, realizador de Yubarta Televisión).

Para Harold, lo inclusivo es condición de *diversidad*, de *región*; en Gersaín, además, es la forma de resistir los estigmas impuestos a Buenaventura por la televisión nacional comercial:

Nuestra fortaleza está en mostrar lo que los otros no muestran. Cuando los otros medios hablan de Buenaventura, lo hacen solo por cuatro temas: una huelga del puerto, un bloqueo de la carretera Cali-Buenaventura, una bomba o un cargamento de cocaína. Ni siquiera los hechos de corrupción, porque en Colombia hay tantos que Buenaventura es muy pequeño como para no privilegiar un hecho de corrupción en una capital.

Se trata, en suma, del reconocimiento y visibilidad de las llamadas minorías sociales, pero también, como en MAVI, Mejoda y el Tejido de Comunicación, de un cuerpo de demandas relativamente delimitado que usa el lenguaje de los *derechos*: a la palabra, a la libre expresión, a la participación política, a la autonomía, etc.

Televisión educativa y cultural

Además de lo local y lo inclusivo, un tercer criterio parece dar forma al tipo de televisión desarrollado por Yubarta: más que *crítica* se considera la suya una televisión *propositiva*. Así, incluir minorías sociales significaría menos que estas relaten su experiencia de exclusión y más su experiencia y acciones por *incluirse* y reivindicarse, “dándole la palabra a la gente de Buenaventura y mostrando los procesos y luchas que adelantan desde diversos escenarios” (Yubarta Televisión). El canal pone el acento en acciones positivas (proyectos, iniciativas, etc.), “destacando los procesos educativos y culturales”¹³⁶ que provienen tanto de entidades gubernamentales y privadas como de organizaciones sociales populares, de instituciones educativas, de centros universitarios, etc. Dirigir la cámara a estas acciones tendría por objeto “ayudar a construir y fortalecer procesos de convivencia” y a “fortalecer el tejido social”¹³⁷. En la descripción que el mismo canal ha hecho de sus programas se reafirma su ánimo esencialmente *propositivo* y por ello son frecuentes el uso de términos como “motivar”, “estimular”, “hacer reconocimiento”, “exaltar”, “rescatar” etc. Además, predomina en este tipo de programas el homenaje a individuos y grupos sociales, como *Esta es mi historia*¹³⁸, que destaca las “labores sociales valiosas a favor de la comunidad o cuya historia se constituye en ejemplo para la sociedad y estimula actitudes favorables” (Yubarta Televisión). Según Harold Tavera, su realizador, “se seleccionan personajes de Buenaventura y el Pacífico que hayan o estén en proceso de aportar a la construcción de ciudadanía, al desarrollo de la región, desde diversas áreas del conocimiento: desde el arte, desde la cultura, desde la academia”. *Ambiente Pacífico* sigue esta línea: “Rescata y muestra las actividades que se realizan en beneficio de la conservación, la protección y la restauración de la riqueza natural” (*Ídem*). Inclusive, *Zoom deportivo*¹³⁹ también se propone objetivos en torno a la “construcción y fortalecimiento de tejido social” (*Ídem*).

¹³⁶ Véase www.unipacifico.edu.co.

¹³⁷ *Ídem*.

¹³⁸ Tiene tres emisiones por semana.

¹³⁹ *Zoom deportivo* se transmite tres veces a la semana.

El conjunto de objetivos que asumen los diferentes programas es inscrito por varios miembros de Yubarta dentro de lo que ellos mismos llaman *televisión educativa*:

¿Qué entendemos por televisión educativa? No llevar el salón de clase a la pantalla y ni siquiera ser didáctico; televisión educativa es la escogencia misma del tema. ¿Qué hacemos con el tema de la violencia y la convivencia? Nos la jugamos por escoger fenómenos o procesos o personajes que trabajen la convivencia, que trabajen la construcción de ciudad y ahí estamos jugándola por una educación frente a la convivencia porque escogimos que por la pantalla salga lo que es construcción de ciudadanía. Creemos que la escogencia del tema, el tratamiento del tema, sin que sea didáctico y sin que tenga pretensiones de lo pedagógico, puede jugar un papel y puede ser identificado como educativo, y así comienza a identificarlo el televidente (Gersaín Díaz).

Para Gersaín Díaz, la forma audiovisual debe corresponder al enfoque educativo y cultural del canal. Con ello, aunque no se explicita, pareciera haber una renuncia a *lo bello* como principal criterio audiovisual. No obstante, esto no se manifiesta cuando Yubarta es comparado por sus miembros con los otros canales de la ciudad, que consideran de factura doméstica. La televisión hecha por Yubarta, en efecto, se esfuerza mucho más por alcanzar estándares de calidad técnica en imagen y sonido y esto es altamente valorado por su equipo humano y por algunos de sus televidentes. Aunque en Yubarta, especialmente algunos de sus miembros, recusa el esteticismo, se habla de la necesidad de forjar un estilo que corresponda al trabajo comunicativo: “Nuestro lenguaje audiovisual logra lo que estamos diciendo” (Gersaín Díaz). Así, se aboga por una imagen de planos largos si la acción lo amerita y una cámara poco protagonista pero bien ejecutada:

Saber que nuestros televidentes están en Buenaventura nos hace pensar que tenemos que hablarles a ellos. Localmente la gente quiere verse. Por eso usamos planos de un minuto de duración,

de minuto y medio, porque entendemos que Buenaventura y el Pacífico nunca habían sido vistos por televisión. De otro lado, nosotros queremos —al menos así lo pienso yo— que la persona que vea Yubarta Televisión si está reposado mantenga su estado de reposo y si no está reposado caiga en un estado de reposo, conscientes de que esto puede hacernos perder público, pero creemos que la televisión tiene que transmitir desde la modulación misma. No se transmite solamente el tema, se transmite la entonación, el ritmo. No nos queremos parecer a los canales que espectacularizan el dolor (Gersaín Díaz).

Por otra parte, definirse como televisión educativa y cultural parece alejar a Yubarta de ciertos géneros y formatos televisivos; del periodismo noticioso, por ejemplo, lo que marca distancia del patrón de actualidad de una agenda noticiosa convencional (violencia, escándalos, etc.). Como dice Harold Tavera, “la inmediatez no está tan presente en los productos que hacemos”. Además de no disponer de recursos técnicos y humanos necesarios para hacer periodismo, eso estaría por fuera de su enfoque. Más que hechos, el canal busca mostrar procesos y en particular iniciativas sociales. Los procesos son de índole diversa: gestión ambiental, organización, concertación social, promoción de proyectos productivos alternativos, etc. Son numerosos y semánticamente familiares los términos usados para definir el tipo de iniciativas sociales que más interesan a Yubarta; *constructivas*, *propositivas* y *positivas* suelen ser los más usados.

Además de los programas ya referidos, Yubarta produce otro cuya presentación habíamos postergado porque se diferencia del resto en cuanto a su carácter institucional. Su nombre es *Univerciudad en movimiento*¹⁴⁰ y busca “visibilizar los esfuerzos de la Universidad del Pacífico en el desarrollo de labores orientadas al servicio de la comunidad y realizadas desde la perspectiva de la responsabilidad social” (Yubarta Televisión). De este llama la atención el uso del género *informativo*, como así le llama Yubarta, ausente del resto de la programación en la que priman el documental, el reportaje (especialmente en *Esta es*

¹⁴⁰ *Univerciudad en movimiento* se transmite cuatro días a la semana.

mi historia, *Ambiente Pacífico* y *Generación B*) y el magazín (sobre todo en *Generación B*, *Zoom deportivo*, *Diálogos de ciudad* y *Zona de recreo*). Yubarta inscribe *Univerciudad en movimiento* en el enfoque del canal, pero se distingue del resto de la programación, además de la razón ya indicada, por ser el único “programa temporal” (Daney Mina), esto es, que al cabo de una cuantas emisiones pierde actualidad. Los “programas atemporales” (*Ídem*), en cambio, es posible emitirlos durante un lapso más extenso, debido a que los temas y la forma en que son abordados evitan que pierdan su vigencia de forma tan rápida.

Yubarta y el mercado local de imágenes locales

Además de Yubarta, Telemar y Codisert completan la oferta de canales bonaverenses. Estos parecen tener buena aceptación en la ciudad¹⁴¹, especialmente los noticieros y los videos musicales. En los noticieros se destacan hechos de violencia y eventos organizados por las autoridades locales. Aunque el enfoque de Yubarta contrasta con la propuesta de estos canales, llama la atención que hay al menos una razón en la que coinciden quienes expresan tener un gusto por uno u otro: las imágenes y las palabras aluden al lugar donde viven. Se trata de imágenes que parecen haber conquistado un público. Son contenidos que, si bien compiten con los emitidos por canales nacionales y extranjeros (abundantes en la oferta televisiva de la ciudad), ya son parte del imaginario de muchas de los televidentes que consultamos.

Respecto de Codisert y Telemar, Yubarta resulta disímil no solo en cuanto a programación, sino también en cuanto a modos de financiación: mientras aquellos se valen de estrategias comerciales para su funcionamiento, Yubarta produce televisión de forma enteramente subsidiada. Además se diferencian, lo que resulta aun más importante, el significado de televisión que cada canal pone en práctica: co-

¹⁴¹ Como parte de este estudio realizamos una pequeña encuesta o *vox pop* a transeúntes del centro de Buenaventura sobre sus percepciones acerca de Yubarta y de los otros canales de la ciudad. En total, fueron consultadas 23 personas. Aquí recogemos algunos de sus testimonios.

mercial en aquellos y *educativa/cultural* en Yubarta. Esta oposición se evidencia cuando los integrantes del canal buscan definir su sentido: “Yubarta está no para producir plata sino para interpretar las demandas de la ciudad” (Daney Mina). Al afirmar una televisión que fija horizontes distintos al mercantil acudiendo a conceptos como educación y cultura, Codisert y Telemar aparecen claramente como antimodelos. En los testimonios de los integrantes de Yubarta, la identidad del canal es definida en marcada oposición a esos canales y en especial a sus noticieros. Diana Landázuri, realizadora de Yubarta, piensa que estos “se ocupan mucho de los muertos, viviendo el día a día sin profundizar en las temáticas, quedándose cortos en las explicaciones. La gente ve esos noticieros solo para enterarse de quién murió”.

Se trata de dos modelos de televisión antagónicos en varios aspectos, cada uno de los cuales parece haberse asegurado cierto éxito: según nuestras indagaciones, los cable-operadores han cultivado un público amplio; y Yubarta, aunque pareciera de menor alcance, también es reconocida dentro y fuera de la Universidad. Por fuera, en tanto muchos de los televidentes entrevistados, aunque por lo general no recuerde los nombres de los programas, sí en cambio los temas y sus tratamientos. Por dentro, a su vez, en tanto la Universidad, según los testimonios recogidos, valora positivamente el trabajo desarrollado por el canal. Decíamos que parece ser mayor el público de Telemar y Codisert que el de Yubarta. Eso lo atestiguaría el pequeño sondeo hecho a propósito de esta indagación, en el que algunas personas aseguraron no conocer Yubarta:

Veo mucho fútbol en Fox Sports y entonces por eso no conozco el canal Yubarta, pero sí a Telemar. De Telemar me gustan las noticias, las veo todos los días. Mantengo muy informado en ese aspecto. En la casa mantienen pendiente desde la una de la tarde que empiezan. También me gusta mucho los videoclips de música variada que pasan (habitante de Buenaventura).

A pesar de ser mayoritario el número de personas, en comparación con Yubarta, que declara conocer y acompañar algunos de los programas de Telemar y Codisert, no fueron pocos los que dijeron conocer

el canal y, de forma unánime, lo valoraron positivamente. La mayoría de estas personas lo asocia con el tipo de televisión que el canal busca realizar: “Yubarta es un canal que presenta algo claro de la región. Nosotros estamos satisfechos con lo que brinda. Con Yubarta Buenaventura puede ser visto de otra forma aquí y en otras partes” (habitante de Buenaventura). Estos son otros de los testimonios acerca de la percepción en Buenaventura del canal:

En Yubarta se pasan programas de interés cultural. Vi uno sobre Bahía Málaga, en el que mostraban todos sus atributos. Me pareció bueno. Yo noto diferencias con respecto a los otros canales de la ciudad. Yubarta no tiene mucha promoción comercial y eso hace que el televidente, cuando se concentra en un programa, fije su atención en este y lo pueda seguir con mucha facilidad (habitante de Buenaventura).

Yubarta es un canal cultural de Buenaventura. Con él uno queda enterado de la parte cultural, de la parte folclórica y otros eventos que el canal proyecta. Hay un programa que me gustó mucho que fue sobre los personajes típicos de Buenaventura, en el que uno conoce lo que esos personajes han hecho por la cultura, por el arte, la danza y el teatro. No me acuerdo del nombre del programa, pero sí lo he visto. Al canal lo que le falta es más promoción. Con relación a los otros canales de la ciudad es diferente porque Yubarta toca la parte cultural de Buenaventura, lo nuestro, lo del Pacífico. Hacia allá apunta el sentido del canal (habitante de Buenaventura).

Lo propio, lo incluíble y lo visible

Desde los años noventa, inclusive antes, ha habido experiencias en Colombia que asocian educación y medios audiovisuales desde un enfoque que, de modo general, se ha llamado *étnico*. A pesar de la connotación racial que al término podría atribuírsele, muchas de estas experiencias lo han usado, realmente, como categoría *geográfica*. Así parece entenderlo Yubarta. Su trabajo, formulado así en su *visión* y

misión, toma forma en concordancia con los objetivos de la Universidad: el desarrollo de la región Pacífico desde una perspectiva local. Tal vez no sea novedad la *etno-televisión* en el país, pero quizás lo sea su continuidad: Yubarta suma seis años de funcionamiento ininterrumpido, habiendo recibido un fuerte impulso en los últimos cuatro, cuando se consolida el equipo de trabajo que hasta ahora tiene a cargo su realización. Seis años de emisión significan Seis años de producción y divulgación de imágenes y palabras de las gentes de Buenaventura.

De otro lado y como ya hemos señalado, la inclusión opera como medio para *hacer comunidad*, y hacerla significa visibilizarla, aunque, como veremos, la *comunidad visible* no es, en rigor, toda ella, sino una parte que se juzga *ejemplar*, esto es, lo *estimable*, lo *destacable*, etc. Esto no significa que lo *no-ejemplar* quede al margen de la integración anhelada (la *comunidad*), pero sí que pueda quedar al margen de lo *visible*, esto es, aunque integrable, susceptible de invisibilidad. Tal vez la mejor evidencia de esto sea el giro que, según Harold Tavera, ha tomado con el tiempo el programa *Esta es mi historia*:

El primer capítulo del programa fue con un ‘pelado’ brasilero que estaba de paso por Buenaventura, un muchacho andariego, aventurero, que recorría América. Ese capítulo me gustó mucho, pero luego el programa se empezó a perfilar e incluyó personajes con más reconocimiento dentro de la región. Aunque inicialmente el programa se planteó para desarrollar historias sobre personajes muy anónimos —la vendedora de chontaduro, el pescador, etc. —, siento que la tendencia ha sido más a centrarnos en personajes un poco más, entre comillas, formales, que tienen un tipo de labor que socialmente se considera más importante. Han pasado personajes muy importantes de la ciudad como Ómar Barona, el rector-fundador de la Universidad del Pacífico, el historiador Roberto Battalla y las poetisas Mary Grueso y Elsinia Valencia.

La explicación que Harold Tavera atribuye a este giro pasa por la necesidad de atender ciertas urgencias, lo que no niega su deseo de retomar el sentido original del espacio:

Se empezó a notar que en la región hay unos personajes que han hecho una labor muy importante y que no tienen un reconocimiento social. Por ejemplo, el profesor Roberto Batalla es un tipo súper versátil: periodista, deportista, dirigente deportivo, bombero; un montón de cosas en su vida y con casi ochenta años de vida. Haciendo el programa me fui dando cuenta de que en Buenaventura hay gente muy importante que yo no conocía. El programa de Héctor Riascos, por ejemplo: un líder social con relativa importancia en la ciudad y con un alto nivel de desconocimiento. Entonces dijimos: “Hay que mostrar esto” y digamos que por ahí se fue la cosa. Pero me pone mucho a pensar ahora el jugar con las dos cosas pues el programa da para hacerlo y también mostrar esos personajes más anónimos que tienen una historia de vida muy rica. Hay cosas por hacer, por explorar; siento que no debo perder esa posibilidad que da esa ricura que es mostrar el personaje del común. No quiere decir que todo el mundo pueda pasar por un programa de televisión de este tipo, pero sí siento que quiero retomar con un poco de más de fuerza el tema de los personajes anónimos.

Resulta claro que la agenda de temas y personas que Yubarta juzga se puede televisar corresponde, por oposición a la agenda de la televisión hegemónica (la misma que reproducirían los otros canales de la ciudad), a lo que Gersaín Díaz llama las “otras realidades”. También resulta claro, sin embargo, que para el canal, al menos cuando más acude a su ánimo edificante, las *otras realidades* no son indistintamente *todas las realidades*. Hay un sesgo en el que parece primar *lo ejemplar* más que *lo ordinario*. Esto es verificable, además de en *Esta es mi historia*, en *Diálogos de ciudad*, *Univerciudad en movimiento*, *Ambiente Pacífico* y en algunos capítulos de *Generación B*. En programas como *Zona de recreo*, al contrario, parece primar el personaje corriente, en este caso niños y niñas captados en sus opiniones más espontáneas acerca de temas variados.

Lo anónimo y lo ejemplar como criterios son comunes a otras experiencias televisivas. *Rostros y rastros*¹⁴² es una de ellas y la traemos a

¹⁴² Programa de género predominantemente documental producido por la Universidad del Valle y emitido por Telepacífico entre 1988 y 2000.

colación por el vínculo que existió entre este y algunos de los integrantes de Yubarta, bien sea en calidad de televidentes o como realizadores: Daney, Gersaín y Harold participaron de su realización cuando cursaron el programa académico de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad del Valle¹⁴³. Los tres reconocen un cierto nexo entre *Rostros y rastros* y Yubarta; en el primero se incluía tanto a la persona corriente como a la prominente; tanto al embolador como al pintor local consagrado. Aun teniendo en cuenta estas semejanzas, no es posible hablar de *Rostros y rastros* como un programa de televisión *propositivo* (por usar los términos de Gersaín Díaz). Aunque en algunos casos acudiera a lo ejemplar, no primaba en este el ánimo educativo que propone Yubarta. Esta sería solo una diferencia y podrían citarse más, pero tal vez convenga, antes, atender a las semejanzas, buscando identificar una base que sería común a toda experiencia colectiva de producción audiovisual que vindica (implícita o explícitamente, con y sin conciencia, de diversas maneras posibles y niveles de problematización diferenciados, etc.) una *imagen de sí*. La pregunta es, entonces, cuál es esa *imagen de sí* y la dicotomía *ordinario-ejemplar* es un intento de aproximación a una respuesta. El caso de *Esta es mi historia* es especial por ser el programa de Yubarta que mayor semejanza tiene con *Rostros y rastros*: supresión de narrador extra-diegético, valoración del testimonio y de las imágenes documentales, estas últimas muchas veces usadas como apoyo, etc. Como decíamos, *Esta es mi historia* parece haber dado un giro de lo *ordinario* a lo *ejemplar*, mientras que en *Rostros y rastros* ambos criterios coexistieron en proporciones que variaron en el tiempo y, cuando se optó por lo segundo, no siempre se hizo con ánimo aleccionador. Un ejemplo de esto es que mientras *Rostros y Rastros*, especialmente cierto tipo de directores, se maravillaba con la Cali

¹⁴³ La vinculación de Daney, Gersaín y Harold, a diferencia de otros realizadores de *Rostros y rastros*, se restringió a la emisión por este espacio de los documentales y argumentales de cuya producción hicieron parte en calidad de estudiantes de Comunicación Social. Fue limitada en cuanto a la realización audiovisual, pero extensa con relación al peso que dentro la formación audiovisual tenía, y en cierta medida aún tiene, en los estudiantes de este programa académico.

sórdida, *Esta es mi historia* lo hace con la Buenaventura que, desde sus bases sociales, “construyen ciudadanía” (Daney Mina). En síntesis, en Yubarta lo *ejemplar* es uno de los criterios preponderantes del proceso de construcción de una *imagen local*: tanto en personas cuyo pasado se halla completa o relativamente integrado a la memoria sedimentada de Buenaventura, como en personas cuyo pasado y presente se halla por fuera de esta. Los primeros son historiadores, poetas, poetisas, viejas glorias deportivas, etc. Los segundos son líderes comunitarios, educadores populares, jóvenes peluqueros, nuevos deportistas, etc.

Los integrantes

El equipo humano del canal lo integran siete personas: un director, tres realizadores, dos editores, uno de los cuales también se ocupa de la emisión en horarios regulares, y un camarógrafo. Cuatro son egresados de comunicación social y una de sociología. El resto son bachilleres. Quienes tienen un título universitario se encargan de las áreas de dirección y realización (salvo Edward Gómez, comunicador social que se desempeña como editor), mientras que los bachilleres se ocupan de las funciones técnicas (cámara, edición y emisión).

Las personas graduadas han tenido mayor incidencia en el tipo de televisión que se desarrolla. Además de ocupar los cargos con mayor poder de decisión sobre los contenidos y las formas audiovisuales (Daney es el director y Gersaín y Harold son los realizadores con mayor número de programas a cargo), este subgrupo tiene en común su procedencia académica: los tres estudiaron Comunicación Social-Periodismo en la Universidad del Valle y compartieron grupo de semestre; allí, todos entraron en contacto con el manejo de medios audiovisuales y con métodos y temas cercanos a las ciencias sociales y a las humanidades. Allí realizaron aproximaciones, por introductorias que fueran, a conceptos como *televisión educativa y cultural*, *etno-educación*, *televisión local*, *desarrollo local*, etc. El director del canal, inclusive, cursó una maestría en Educación Popular, también ofrecido por la Universidad del Valle. Fueron ellos, especialmente Daney y Gersaín, quienes redactaron la misión y visión del canal, y armaron la estructura ge-

neral de la parrilla de programación, siendo posteriormente validada por el resto de integrantes. En general, este grupo reivindica su formación académica como condición de calidad de su trabajo televisivo. Gersaín, aunque no cree que la universidad en la que estudió sea la principal fuente de lo que él llama “sensibilidad social”, sí destaca la importancia de ser un profesional formado de acuerdo con criterios académicos. Harold piensa, de su parte, que su desempeño como realizador y su identificación con el tipo de televisión de Yubarta sí se debe a sus estudios universitarios:

Yo siento que hay una base grandísima de formación dada por la Universidad del Valle, en un sentido no solamente de lo teórico, de lo técnico, del trabajo práctico, sino de una formación integral que recibe uno en la universidad, que lo sensibiliza en estos temas que precisamente se están trabajando acá, como es el tema de la educación y el tema de la cultura. Eso permite trascender lo cultural como solamente una producción, sino como todos unos fenómenos que se dan en el entorno. Hay todo un paquete de esa formación integral que ha permitido que se llegue acá y se pueda hacer esto positivo, se pueda hacer esto creativo. La base que le da a uno la Universidad del Valle, para mí, ha sido súper clave.

De este subgrupo ninguno es originario de Buenaventura. Lo mismo es posible decir de Edward Gómez, natural de Cali y quien estudió comunicación social en la Universidad Santiago de Cali. De otro lado, vale la pena mencionar que de las personas en cuestión, dos, aunque hicieron estudios universitarios en Cali, provienen de ciudades pequeñas: Daney es de Caloto (Cauca) y Gersaín es de La Victoria (Valle del Cauca). Al margen de su lugar de procedencia, todos los integrantes de Yubarta demuestran haberse apropiado del enfoque del canal. En los distintos testimonios se percibe una unidad en cuanto al sentido y propósitos del tipo de televisión que hacen. Diana Landázuri, realizadora de *Generación B*, es estudiante de último semestre de Sociología de la Universidad del Pacífico y ha estado vinculada con diversos procesos locales como la formulación de la Política de Juventud del Valle del Cauca y, dentro de esta, del Sistema Juvenil de Comunicación de

ese departamento. Tanto su formación académica como su trayectoria como gestora cultural, además del hecho de ser originaria de Buenaventura, parecen ser factores de la rica interpretación que ella hace del enfoque del canal. Lo mismo ocurre, aunque en niveles diferenciados, con Aldemar Castillo y Bladimir Torres, camarógrafo y editor-emisor, respectivamente, también bonaverenses. En ellos resalta la valoración de su trabajo respecto del desarrollado por los otros canales de la ciudad. Para Aldemar, quien fue camarógrafo de Telemar, lo local en televisión se define menos por los contenidos que por su tratamiento. Vladimir, de su parte, habla con fluidez de Yubarta como televisión “educativa y cultural”.

Entre el profesionalismo y el amateurismo solidario

Prepondera en el canal una cierta disparidad: aspira a funcionar según criterios profesionales (salarios competitivos, división del trabajo, manejo de estándares de calidad, etc.), pero con limitadas condiciones de producción (poco personal, escasos fondos para la realización de algunas actividades de producción, etc.). Esto es evidente en el esquema de división del trabajo que se busca implementar: roles diferenciados, distinción de tipos de actividad (intelectual, creativa o técnica), concentración en la toma de decisiones, salarios, etc. Aunque esa estructura funciona en muchos aspectos, su estabilidad se ve amenazada por las urgencias que impone el trabajo en un canal de televisión: emitir los siete días obliga a establecer turnos, de modo que la totalidad del equipo, incluido el director, trabajan algunos fines de semana. Además de emisiones ocasionales, el director debe asumir de forma permanente las labores secretariales. Se trata, como Harold lo entiende, de “condiciones medianas de producción”. Tal vez el mayor efecto de estas condiciones sea el represamiento de trabajo y el incumplimiento de las metas que exige una parrilla de programación como la de Yubarta, lo que implica, entre otras cosas, mayor repetición de los capítulos de cada programa: “Somos conscientes de que tenemos limitantes: trabajamos a destiempo y a veces tenemos dificultad de sostener ciertos programas; por eso los productos que hacemos son

atemporales: se pueden emitir en cualquier momento y se pueden repetir; esa es la ventaja” (Daney Mina). Aunque la repetición fue prevista desde un comienzo, este recurso se ha usado más de lo esperado.

Sobre las dinámicas de trabajo existen valores usualmente destacados por los entrevistados en cuanto a la autonomía e independencia con las que conciben su trabajo. Es decir, aunque existe un marco general definido por el enfoque del canal y la estructura de división del trabajo, marco que en gran medida define las decisiones de forma y contenido tomadas durante el proceso de realización audiovisual, los entrevistados subrayan la autonomía como valor determinante de su trabajo: “Tenemos un jefe, pero nos da la posibilidad de desarrollar ciertos criterios propios en los programas; hay autonomía” (Harold Tavera).

En términos generales, percibimos un canal de televisión que ha alcanzado ciertas conquistas en muchos aspectos de su trabajo: división de tareas y roles, trabajo en equipo, vinculación al canal de diversos sectores de la ciudad, reconocimiento de la audiencia, etc. Asimismo, observamos que es una organización entusiasta y convencida del proyecto comunicativo que impulsa. El buen ánimo, sin embargo, no niega los apuros y contradicciones propias de cualquier trabajo en equipo y de tantas responsabilidades. Un ejemplo de esto es que el canal se haya visto obligado a suspender la producción de algunos de programas que conforman aún la parrilla de emisión: *Tendencias musicales*, *Sabor latino* y *Baraya: glorias del deporte*. La causa ha sido básicamente la carencia de recursos humanos y técnicos necesarios para garantizar su producción. Para los integrantes del canal, esto tiene ventajas y desventajas: menor número de programas supone mayor dedicación a la producción de cada uno, pero también implica no solo reducir la oferta de emisión —lo que, reconocen, les resta audiencia—, sino la cantidad de grupos sociales incluidos.

Aun con programas cuya producción ha sido definitiva o temporalmente suspendida, el volumen de trabajo actual parece exceder la posibilidad de respuesta del equipo humano de Yubarta. Especialmente en los realizadores se percibe cierta sensación de saturación. Dos de ellos están a cargo, cada uno, de tres programas, además de la producción de contenidos adicionales como es el caso de Harold: “Es una debilidad

tener que producir y estar llenando la parrilla de programación, como es mi caso, con tres programas, un microprograma y un programa de radio”. Ellos coinciden en la necesidad de disponer de mayor tiempo para cumplir con sus funciones, tener más recursos técnicos y aumentar el tamaño del equipo humano. Aunque varios de los integrantes se sienten bien remunerados, reconocen que deben hacer esfuerzos adicionales para mantener los estándares de calidad que el canal ha asumido.

Otra de las dificultades mencionadas por parte del grupo es la falta de renovación de equipos y de mantenimiento de los existentes. Para Harold Tavera esto se debe al “tema de consecución de recursos: falta explorar la posibilidad de generar ingresos y beneficios para el canal y la Universidad”. Para otros, falta implementar estrategias de gestión ante la propia Universidad y el entorno institucional para captar recursos que enriquezcan su propuesta televisiva. En suma, las limitaciones económicas, técnicas y de equipo humano hacen que resulte difícil ampliar la programación e, inclusive, dar continuidad a la existente, por lo menos, con la periodicidad inicialmente fijada.

Colectivo Mejoda: Asociación Colectivo de Medios Alternativos de Jóvenes del Distrito de Aguablanca¹⁴⁴

El Colectivo Mejoda es la organización gestora del Festival Nacional de Cine y Video Comunitario, donde se dan cita quienes realizan videos hecho *desde* las comunidades. Este Festival surgió ante la necesidad de crear un nicho para un tipo de producción que está al margen de los entornos industrial y artístico del campo audiovisual. Con una trayectoria de cinco años y tres ediciones del Festival, esta organización ha logrado crear un espacio para visibilizar las dinámicas de la producción audiovisual comunitaria generadoras de procesos sociales donde se desarrollan. Sin embargo, esta no es la única actividad del Colectivo: es también productor, formador y gestor; su área de trabajo se localiza en el Distrito de Aguablanca, sector periférico de la ciudad de Cali, que concentra población afrodescendiente y de bajos recursos económicos, donde busca incentivar la participación de los jóvenes del Distrito en procesos políticos mediante estrategias de comunicación.

Por las calles del barrio

En el 2005, varios jóvenes de Distrito de Aguablanca participaron en un taller de video dictado por Pakiko Ordoñez¹⁴⁵ y realizaron el documental *Con los ojos del Distrito*¹⁴⁶, una experiencia que propició el traba-

¹⁴⁴ La investigación que da soporte a estas notas y su redacción estuvieron a cargo de Gerylee Polanco Uribe. Este ejercicio se llevó a cabo durante el primer semestre de 2010, por lo que se comprenderá que no dé cuenta de las transformaciones ocurridas en la organización desde entonces.

¹⁴⁵ Auspiciado por la Secretaría de Cultura y Turismo de la Alcaldía Municipal de Cali, que apoyó la producción del documental y respaldado por el colectivo DAB y Orgía Visual Producciones. Pakiko Ordoñez, actualmente, es director de la Escuela de Cine Digital de Cali.

¹⁴⁶ El documental cuenta la historia de los barrios del Distrito de Aguablanca por medio de las voces de los líderes comunitarios.

jo conjunto y los motivó a formar un grupo. La mayoría provenía de procesos de comunicación comunitaria: “Había varios grupos desarrollando proyectos sin un rumbo claro; entonces decidimos agruparnos y hacer propuestas que permitieran mostrar nuestra identidad” (Víctor Palacios, integrante de Mejoda)¹⁴⁷:

Lo que reunió a estos jóvenes era la generación de procesos de comunicación comunitaria y alternativa que visibilizaran a la sociedad las dinámicas juveniles, promoviendo la participación de estos en escenarios de participación política, ya que los jóvenes han sido históricamente estigmatizados como actores negativos que solo se mueven en escenarios de violencia, droga y consumo, lo que los ha excluido de hacer parte de estos. Por esas situaciones muchos se encuentran apáticos. Los jóvenes del Distrito de Aguablanca sufren una marginación más fuerte que el resto de la ciudad, especialmente por su condición étnica -porque son negros- y por territorio -porque viven en el Distrito de Aguablanca-¹⁴⁸.

Algunos habían participado en la Red Cultural de Aguablanca¹⁴⁹, Punto de Enfoque¹⁵⁰ o Cinjoda¹⁵¹, entre ellos: Carlos Pérez, ‘Empi’ Cruz, Robinson Ruíz, Cinthia Montaña, Víctor Mario Mina, Carlos Arias, Cindy Muñoz, Diana Girón, Jairo Murillo, Daniela Candesano

¹⁴⁷ “Los ‘ángeles’ del Aguablanca”, en Revista *Semana*, Bogotá, 7 de abril de 2008.

¹⁴⁸ Extracto del documento interno de la organización Proyecto II Festival Nacional de Cine y Video Comunitario presentado para participar en la convocatoria del Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de Cultura (Archivo digital en Word, 2009).

¹⁴⁹ La Red Cultural de Aguablanca congrega agrupaciones de este sector de la ciudad. Realiza la Feria de las Culturas desde 1996. Actualmente constituye la Asociación Agencia Red Cultural del Distrito de Aguablanca.

¹⁵⁰ Dentro de las iniciativas del Centro Empresarial Juvenil del Distrito de Aguablanca también se encontraba Punto de Enfoque, empresa de producción audiovisual.

¹⁵¹ La sigla responde al nombre Cine para Jóvenes del Distrito de Aguablanca. Cinjoda es la experiencia más antigua y documentada relacionada con audiovisuales en la zona; data de 1998 cuando llegó una agencia de cooperación internacional italiana que fomentó la realización de una serie de proyectos culturales para jóvenes.

y Nasly Pérez. Ellos coincidieron en preguntarse por qué sus videos no eran emitidos por televisión y llegaron a la conclusión de que existía un rechazo por el tipo de videos realizado *desde* las comunidades, en parte, por su calidad técnica; pero también reflexionaron sobre la manera como los jóvenes del Distrito eran estigmatizados por el solo hecho de vivir en ese sector.

De la unión de varios *parches* nació la Asociación Colectivo de Medios Alternativos de Jóvenes del Distrito de Aguablanca, de la que son fundadores Carlos Arias, Jairo Murillo, Daniela Campusano, Diana Girón, Víctor Palacios, Ricardo Chamorro, Cindy Muñoz, Carlos Fernando Reyes, Andrés Valencia y Nasly Pérez¹⁵². En sus inicios, Mejoda tuvo el apoyo de la Asociación de Grupos Juveniles Libertad (Asolibertad), organización de base del Distrito que gestionó la creación del Centro Empresarial Juvenil del Distrito de Aguablanca; este le facilitó a la asociación un espacio para instalar una oficina con computador y una cámara de video. Con un lugar de encuentro, comenzaron las operaciones de Mejoda.

En esa sede el Colectivo funcionó durante dos años, período durante el cual consolidó un portafolio de servicios en producción audiovisual que incluye la realización de videos y el cubrimiento de actividades culturales y del sector juvenil en el Distrito. A finales de 2007 debieron salir de ese complejo y fue cuando se percataron de su situación real, según relata Víctor:

Nos dimos cuenta de qué era no tener ni un asiento, ni una silla Rimax. En aquel momento teníamos un reconocimiento grande pues veníamos de lograr una mención en el Premio de Periodismo de Semana-Petrobrás, lo cual abrió algunas puertas. Había varios trabajos represados y quedarnos sin equipos y sin nada con tanto trabajo fue muy complicado. Estábamos haciendo un video con la política pública de juventud en los municipios del Valle del Cauca, la publicación de una agenda de juventud. Teníamos trabajos y quedamos en *shock*.

¹⁵² Hay algunos miembros fundadores que ya no integran el colectivo.

En medio de esas circunstancias se encontraron con la solidaridad de un amigo quien les ofreció un cuarto de su casa para finalizar los trabajos en curso. Dos meses después se dieron cuenta de que ahí no podían quedarse y fue cuando entraron en contacto con la Fundación Casa Occio para ocupar algún espacio libre en su sede ubicada en el barrio Miraflores. Cuenta Víctor:

Nos tocó empezar desde cero. Tocó comprar lo que hacía falta, acomodarse a la dinámica de colaborar con la luz, con todo. Ahí la cuestión fue afrontar, aceptar que ya no éramos un grupo de jóvenes que tenía un objetivo en común y unas apuestas, sino que éramos una institución, una organización que estaba dentro de unas lógicas y que había que asumirlo con mayor seriedad, inclusive la gente que no estuviera tiempo completo.

Para Ricardo Chamorro, otro integrante, la organización ha crecido de una manera que ni ellos mismos esperaban pues la demanda de productos ha aumentado y su participación en procesos sociales también. Considera que el trabajo de Mejoda ha obtenido una “alta rentabilidad social” y por consiguiente ha tenido un “alto impacto social”. Formar parte de esta iniciativa pasó de ser una cuestión de usar su tiempo libre para convertirse en un proyecto de vida desde el cual se pudieran generar procesos de comunicación para la comunidad en la que viven y, como dice Víctor, para “hacer un intento por cambiar imaginarios, soñar que la comunidad va a empezar a incidir en las grandes decisiones que se toman en el país. Donde ellos mismos cuenten sus historias y no se dejen imponer imaginarios de los medios masivos de comunicación, sino que ellos elaboren los propios”¹⁵³.

Desde 2008 y hasta finales de 2010 la organización tuvo su oficina en la Fundación Casa Occio. En ese lapso se mantuvo el grupo-base pero como en toda organización, manifiesta Víctor, “hay una gente que se retira, una queda y otra ingresa”. En la actualidad, cuenta con

¹⁵³ Colectivo Mejoda, en Revista *El Clavo*, Cali, 2009, No. 48.

dos personas a tiempo completo, Ricardo Chamorro y Víctor Palacios, y otras dos en funciones específicas, Diana Girón y Jairo Murillo.

Mejoda, en su ánimo de visibilizar las dinámicas sociales del Distrito, propone impugnar con su trabajo los estereotipos acerca de los jóvenes y del *video comunitario*; quizás esto sea el origen de su lema, *Irreverencia audiovisual*, que Víctor explica así: “Sentíamos que desde el audiovisual podíamos tener una forma de atacar los sentidos, de fijarse en otras cosas que para nosotros son importantes y para otra gente no y que las podemos asumir de otra manera, con irreverencia, que causen un tipo de choque y de reflexión”. Y Ricardo complementa:

Se trata de hacer las cosas de un modo diferente, de tener la libertad de hacerlas sin que nadie venga a dar las directrices de cómo hacer esto o aquello, pues la idea de innovación es transversal a todos los procesos de la organización. El Colectivo tiene una manera particular de ver y de hacer las cosas, entonces la irreverencia no solo está en lo individual sino en todos los procesos.

Precisamente esta *manera* de hacer las cosas le ha dado a Mejoda un reconocimiento no solo a escala local sino nacional e internacional. En 2007 obtuvo una mención especial en la categoría Mejor Medio Comunitario de los premios de periodismo Semana-Petrobrás¹⁵⁴, y en 2008 obtuvo el primer puesto de esa misma categoría entre cuarenta postulados; este fue el concepto del jurado:

El Colectivo Mejoda del Distrito de Aguablanca en Cali, que produce reportajes televisivos sobre discriminación racial y otros problemas vistos desde los mismos jóvenes y videoclips de protesta, entre otras muchas actividades. El jurado consideró que la variedad de medios y el mensaje de Mejoda forman un proyecto

¹⁵⁴ Este premio, que tiene como eslogan *El país contado desde las regiones*, cuenta con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD, y la Fundación para la Libertad de Prensa.

de comunicación muy poderoso y coherente. Utilizaron un lenguaje novedoso y una impactante calidad técnica. Por todo esto merecen el premio mayor¹⁵⁵.

Una apuesta por los jóvenes

Desde el inicio de la formación de Mejoda, algunos miembros empezaron a ser parte del proceso de construcción de la Política Pública de Juventud del Valle del Cauca (PPJV)¹⁵⁶, iniciativa liderada por la Gobernación del departamento, Corporación para el Desarrollo Social y Cultural del Valle del Cauca (Corpovalle) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Aecid). Esta experiencia le ha permitido a la organización estar presente en escenarios de concertación social relativos a una de sus preocupaciones, la participación política juvenil y la construcción de mecanismos para ejecutar programas y planes vinculados con esa población. “El tema de política pública se hace, básicamente, porque no hay equidad. Hay una discriminación hacia los jóvenes y eso genera exclusión y que no existan oportunidades para ellos en los diferentes ámbitos: en el mercado, la salud y la educación”, explica Víctor Palacios.

La participación en procesos de decisión política ha sido uno de los objetivos de Mejoda. Para contribuir con la construcción de la PPJV la suya fue seleccionada como una de las veinticinco prácticas innovadoras en participación política y ciudadana en el sector productivo, educativo y medios de comunicación social realizada dentro del proyecto Construyendo democracia¹⁵⁷:

¹⁵⁵ Acta del jurado disponible en: www.semana.com/multimedia-nacion/finalistas-premio-regional-periodismo-semana-petrobras-2008/1254.aspx.

¹⁵⁶ Esta iniciativa surge en 2006 para estimular la participación juvenil, aportar a la cultura de paz y convivencia e inserción de los jóvenes en el desarrollo económico regional. Durante su ejecución se han creado los consejos municipales de Juventud, el Observatorio de Infancia, Adolescencia y Juventud, el Sistema de Información Social del Valle del Cauca, el Sistema Departamental Juvenil de Comunicación y Mediux (Centro Juvenil de Medios Audiovisuales y Multimediales del Valle). La política de Juventud se concretó en una constituyente juvenil, cuyo resultado fue la Ordenanza No. 402 de junio de 2009.

¹⁵⁷ Proyecto liderado por el Instituto Republicano Internacional y la Pontificia Universidad Javeriana en el año 2008.

Con la experiencia se ha logrado sensibilización y movilización en relación con los jóvenes y la juventud. Lo anterior ha implicado la generación de estrategias de comunicación alternativa para sensibilizar a los jóvenes a participar políticamente, a los actores institucionales y a la sociedad civil a reconocer al joven como un actor propositivo, y a la movilización de los jóvenes hacia la construcción de una ciudadanía crítica y democrática. Se ha contribuido a que los actores juveniles tengan más reconocimiento en la opinión pública y que más jóvenes participen activamente en escenarios de democracia en sus comunidades y en la ciudad (Restrepo, Muñoz y Monteoliva:109)

La construcción de relaciones con las esferas estatal y privada ha sido determinante en la consolidación de una organización que no se deja mermar ante las entidades que financian sus propios proyectos. Para Ricardo, “hay que validar la confianza entre las organizaciones y que se nos dé también respeto como organización”. Víctor coincide en el tema de la confianza institucional y piensa que es lo más difícil de lograr. Para Mejoda es importante que las instituciones no vean a los jóvenes simplemente como *problemáticos* y que el mismo Colectivo reconozca las voluntades políticas de estas instituciones y comprenda sus procedimientos internos. Insisten en que los jóvenes del Distrito han sido estigmatizados por vivir en ese territorio de la ciudad y por ser en su mayoría afrodescendientes.

Nuestra posición es que hay una ciudad que discrimina a los jóvenes: a los que vivimos en barrios bajos, en la periferia, en la no periferia (pero que están atravesados por ese tema de lo popular y barrial), porque somos jóvenes que estamos en escenarios de violencia, de consumo de drogas. Y también hay otros jóvenes que están en otros barrios no tan populares, que están en una cuestión de esnobismo, de consumo de mercado, drogas pero de otro tipo. Hay marginación a cualquier tipo de joven que causa una exclusión en ciertos escenarios, culturales, políticos, laborales, de educación, de diferente índole. Esto hace que las condiciones del joven no sean las mejores y que adicionalmente nos encasillen en la delincuencia,

en la violencia. Entonces le hemos apostado a un diálogo social por medio del video, que genere otro tipo de visión del joven, un poco más abierta y no tan cerrada como la actual: mostrar que hay jóvenes que están en otros escenarios, fuera del consumo, fuera de la droga. Hay que generar otra visión del joven que le permita incluirse en la sociedad: inclusión en el desarrollo de la ciudad, inclusión en la toma de decisiones, ¡inclusión! Porque siempre ha habido una cuestión muy cerrada en los espacios de participación. En las mismas juntas de acción comunal dicen: “No, es que los jóvenes son problemáticos”. Por eso la Política Pública de Juventud sirve para generar un marco legal dentro de la institucionalidad que le permita pensar en invertir en los jóvenes desde esa perspectiva, no como los muchachitos que hay que tenerlos ocupados porque ellos piensan en cosas malas y hay que apoyarlos (Víctor).

Contrarrestar esta exclusión es una de las luchas de Mejoda, que se ha dado sobre todo en el escenario de formulación e implementación de la Política Pública Departamental de Juventud. En esto, destaca Víctor, “a nosotros nos interesa una comunicación que pueda generar diálogo con la sociedad y el joven, porque este no puede encerrarse a hablar de sí mismo, sino que tiene que hablar con los otros”. Paralelo a este compromiso con la PPJV, Mejoda es parte del proyecto Vive y Piensa Joven, iniciativa del Centro Cultural Comfandi que apoyó organizaciones juveniles para su desarrollo empresarial, además de actividades culturales para la formación de públicos en torno a la música, el cine, la danza, el teatro, las artes plásticas, entre otros¹⁵⁸. Mejoda coordinó el área de cine en este proyecto, creó un cineclub y gestó el Encuentro Nacional de Productos de Comunicación para la Convivencia, la Cultura y el Desarrollo¹⁵⁹ (evento que puede considerarse como antecedente del Festival Nacional de Cine y Video Comunitario).

¹⁵⁸ Mejoda fue la única organización que tuvo continuidad en este proyecto durante los tres años que duró. También hicieron parte de este las agrupaciones musicales Ra-La Culebra y Quimera; las de danza Beleños Crew y Una y Cuatro; las editoriales Itinerante y La Red y, la de moda Naive.

¹⁵⁹ Efectuado con el objetivo de “posibilitar un escenario de encuentro y visibilización de los diversos procesos organizativos y comunitarios que vienen pro-

La convergencia del proceso de PPJV y Vive y Piensa Joven fomentó un proyecto macro llamado Centro Juvenil de Medios Audiovisuales y Multimediales del Valle (Mediux)¹⁶⁰, el cual contó con el apoyo de la Gobernación del Valle del Cauca, Corpovalle, Aecid, Universidad Javeriana y el Centro Cultural Comfandi. Mejoda ha sido una organización-clave para la gestión, administración y sostenibilidad de este centro de medios con un importante papel en la concertación de apoyos y en la verificación de las responsabilidades de cada institución que hace parte de Mediux. Para la asociación es vital que quienes integran el Sistema Departamental Juvenil de Comunicación y que son directos beneficiarios de Mediux no sean considerados como “beneficiarios” sino como “actores” para que se empoderen, se apropien del espacio, de las herramientas tecnológicas y logren una autonomía en la toma de decisiones sobre el funcionamiento de este¹⁶¹. Mediux surgió de la necesidad de tener una estrategia de divulgación de la PPJV. Mejoda fue uno de los grupos que propuso el uso de los medios de comunicación para el proceso con los jóvenes y no solo con una función informativa. Ricardo describe así a Mediux:

Se volvió una plataforma, un activo del proceso. Lo que se hace ahora es tratar de que en Mediux subsista tanto la institución pública como la privada y que quede para los jóvenes. Mejoda ha abierto mucho el espacio, confrontando y haciendo debates acerca de para qué el centro de medios.

Como Mejoda, muchas organizaciones, comunitarias, juveniles, de mujeres, etc. tienen presencia en procesos de participación ciuda-

moviendo el desarrollo de las comunidades a través de múltiples y novedosas estrategias de comunicación” (Folleto del evento, 2006).

¹⁶⁰ Mediux está ubicado en el sótano del Centro Cultural Comfandi. Se inauguró en el año 2009 y cuenta con set de televisión, una sala de edición, un estudio de grabación de sonido, varias estaciones de trabajo dotadas con computadores y software de última tecnología para la edición de video y sonido, cámaras de alta definición y luces semiprofesionales.

¹⁶¹ A finales de 2010, Mediux se encontraba en un proceso de reestructuración para convertirse en una corporación.

dana y están apostando a la construcción de relaciones horizontales en la toma de decisiones sobre las maneras de abordar y dar solución a las problemáticas de las comunidades y sus territorios. Para Víctor, el espacio que se ha abierto dentro de las instituciones estatales y privadas no ha sido una labor exclusiva de su asociación, sino de varias organizaciones locales como Jóvenes Aptos, Asomediadores, Asociación Agencia Red Cultural del Distrito de Aguablanca, Asociación Centro Cultural La Red, entre otros.

Hacer parte de escenarios consultivos como la PPJV, ha dado a Mejoda una visión analítica sobre este tipo de actividades; ellos insisten en que las organizaciones deben tener más incidencia y protagonismo en la toma de decisiones y para lograr esto deben hacerse visibles. Ricardo piensa que la clave para la construcción de las políticas públicas en el campo audiovisual es la posibilidad de abrir, en principio, “espacios de encuentro que posibiliten poner a la gente a charlar sobre el tema, porque ahora no existen”. Víctor, por su parte, reitera que esto debe tener un carácter abierto e incluyente: que fomente la participación de todos los actores sociales implicados; es decir, que no solo los académicos o los funcionarios públicos de turno sean quienes definen las prioridades.

La pregunta es: ¿a qué le apunta el Plan Audiovisual Nacional? ¿A generar políticas públicas, pero que incidan en qué? Una cosa es generar, echar carreta, crear documentos, pero eso no tiene necesariamente incidencia y habría que hacer una evaluación frente a eso también. Entonces uno se pregunta para qué se saca la información de los grupos. ¿Todo eso queda en letra muerta? ¿Qué van a hacer con eso? Habría que ver cuánto se le ha invertido al proceso del Plan Audiovisual Nacional, y si simplemente se ha quedado en el tema de dar ciertas prebendas, estímulos (Ricardo).

Mejoda se presenta en dichos escenarios desde la confrontación y la concertación. Fija posturas en defensa de sus derechos como actores determinantes en los procesos de debate y hace aportes a la construcción ciudadana en torno a temas que les interesan, como el de la

juventud. Con respecto a la construcción participativa de una política pública en el campo audiovisual, creen que esto no solo depende de las voluntades políticas ni de los recursos asignados, sino de la generación de un proceso participativo y deliberativo para atender las demandas y solucionar problemas del campo. Para Ricardo, “la panacea no es el Plan, la panacea es lo que se pueda lograr. Lo importante es que todo lo que se venga construyendo a partir de esa voluntad política, con recursos y sin recursos, pueda generarse una política pública. Se necesita formalizar ante el estado lo que se está haciendo y trabajar sobre los contenidos y no por esfuerzos aislados”. Añade su preocupación sobre cómo se podrá materializar esa política pública en el país, pues afirma que hay una distancia entre el cine y el video, entre lo industrial y lo comunitario:

Se crea la industria cinematográfica alejada de nosotros, como si la comunicación comunitaria debiera estar en una parte y eso en otra, pero hay que agruparlo y articularlo para que finalmente la política pública pueda beneficiarnos a todos. Es que no hay procesos de base respecto a ese tema, pero si se articula bien todo, puede llegar a ser una política integral y que responda a las diferentes demandas. Es un poco pretencioso, pero si se hace bajo el sistema de red puede funcionar.

Entre lo creativo y lo político

El Mejoda tiene cuatro frentes de trabajo: intervención en comunidades, formación de públicos y realizadores, gestión de proyectos e iniciativa empresarial. De alguna manera, la organización intenta insertarse en las lógicas del mercado ofreciendo servicios y productos en el área audiovisual, pero también genera procesos comunitarios de inclusión social importantes para el desarrollo de la ciudad. Podría deducirse que se trata de una dualidad en su forma de trabajar. Víctor expresa: “Bacano lo que estamos haciendo, pero la gente igual sigue aguantando hambre en su casa, tiene problemas y hay que ver cómo

se soluciona eso. Nos salen trabajos que traen recursos a la organización, pero así sea dentro de las lógicas del mercado, no podemos olvidar o desconocer todas nuestras intenciones políticas y sociales”.

Actualmente, la organización trata de cubrir los gastos de funcionamiento e intenta mantener una estabilidad económica para las personas que hacen parte de ella. Pero la generación de recursos propios y de manera continua ha sido una tarea ardua pues la mayoría de los ingresos de Mejoda no derivan de proyectos propios, sino de aquellos en los que hacen aportes o para los que son contratados. Un ejemplo es el Laboratorio de Paz III¹⁶² gestionado por la Secretaría Departamental de Desarrollo Social del Valle del Cauca; en este Víctor coordinó la estrategia de comunicaciones para la línea de fortalecimiento de la Red de Jóvenes Promotores de Derechos Humanos (con cobertura en catorce municipios). Un caso externo es el convenio suscrito con Plan, ONG internacional, para la realización de las memorias audiovisuales del proyecto Red Onda Joven¹⁶³, que consistió en el diseño y producción de videos y cartillas. Por otra parte, está la iniciativa bandera de Mejoda, el Festival Nacional de Cine y Video Comunitario. Este se financia con recursos gestionados ante el Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de Cultura¹⁶⁴ y ante otras entidades estatales y privadas de orden local; también se establecen alianzas estratégicas para la coordinación de algunas actividades específicas, como el plan de medios (con Casa Occio) o la elaboración de la parte gráfica (con el Laboratorio de Diseño El Cartel).

¹⁶² Un programa de cooperación internacional auspiciado por la Comisión Europea ejecutado por medio del programa Acción Social de la Presidencia de la República de Colombia. Se ha desarrollado en el Magdalena Medio y en el Macizo Colombiano. En el Valle del Cauca la iniciativa requirió que el proyecto fuera diseñado y escrito por organizaciones sociales juveniles; la de Mejoda fue una de las propuestas ganadoras.

¹⁶³ Red de Comunicación para la Paz con énfasis en población juvenil e infantil que se desarrolló en cinco departamentos del país: Chocó, Nariño, Valle del Cauca, Sucre y Bolívar. Proyecto liderado por la Fundación Plan.

¹⁶⁴ El Programa ha otorgado al Colectivo Mejoda dos becas, una en 2008 para la realización del Festival y otra en 2009 para el desarrollo del Diplomado (el cual describiremos más adelante).

Con respecto al manejo de los recursos, los trámites administrativos en los entes contratantes o patrocinadores son lentos y hay demoras en hacer los pagos acordados; pese a esto, los proyectos inician y avanzan sin esos desembolsos (situaciones muy comunes en la gestión cultural). El Colectivo opera mediante préstamos (“se hace un hueco pa’ tapar otro hueco”, dice Víctor) y así se demuestra la capacidad de endeudamiento de la organización.

Además de las labores creativas y de gestión, los integrantes deben asumir las administrativas (elaboración de presupuestos, control del gasto, pagos, etc.), aunque suele recaer mayor responsabilidad en el representante legal. Mejoda no dispone de alguien encargado de la contabilidad. Se ha aprendido sobre la marcha, a medida que van surgiendo las necesidades de resolver cada actividad administrativa.

Dentro de Mejoda hay personas con enfoques específicos. Por ejemplo, Diana se ocupa de lo logístico, Ricardo de la gráfica y Víctor de la gestión; los dos últimos se han desempeñado también como camarógrafos y editores. Al interior de la organización se procura tener relaciones no jerarquizadas, tratando de asumir un rol según el tiempo de dedicación y experticia. Por eso, dentro de la organización se le da valor a los espacios de diálogo para confrontar metodologías, puntos de vista y hasta los temperamentos. Relata Ricardo:

Aquí nadie es un trabajador. Si usted ha sido trabajador sabe lo que es tener un jefe, una persona que esté sobre uno todo el tiempo; y si no lo ha sido, no sabe qué es lidiar con un supervisor, con una coordinadora. Aquí las cosas son muy horizontales; todos al mismo nivel porque todo ha sido un proceso interno. Cada uno ha tenido que confrontarse con los otros, atender las sugerencias y las críticas del resto. Nos reunimos y nos preguntamos qué somos; si somos socios pensamos que nos podemos separar y mandamos esto para la mierda y partimos cobija. Pero si somos unos amigos que nos reunimos para hacer algo que nos gusta, entonces tratémonos como nos gustaría que nos trataran, con el debido respeto. A veces uno se sale de la ropa, pasan cosas, porque hay miedos, porque hay un contrato que te exige cumplir. A mí el sistema no me va a sacar, si no que me

digán y yo paso mi carta de renuncia. Pero se trata de problemas y soluciones, no de echarle la culpa al otro porque todos tenemos mucho trabajo en nuestros diferentes roles y estamos más de una vez estallados. Entonces si uno no hace algo no es porque no quiera, sino porque pasa algo. Si no fuera por el compromiso yo no estaría aquí.

Construyendo imagen colectivamente

Como se ha indicado, una de las actividades principales del Colectivo es el Festival Nacional de Cine y Video Comunitario que surgió de una necesidad descubierta en su mismo quehacer, según cuenta Víctor:

Teníamos muchos productos, teníamos muchas convocatorias y decíamos: “¿Realmente, dónde los podemos meter? ¿Dónde van a tener eco nuestras propuestas? ¿Dónde interesa lo que nosotros estamos diciendo?”. Y los espacios cada vez eran menores. A veces mandábamos a participar pero sentíamos que íbamos a perder la plata porque veíamos que no había ningún eco. Las perspectivas eran distintas. Empezamos a entender las lógicas de los festivales, que son de otra lógica y miramos todo el panorama nacional y latinoamericano y dijimos: “¿Dónde? ¡No tenemos dónde!”. Entonces nos dimos cuenta: “Lo que hay que hacer es un festival enfocado en el tema del video comunitario y que sirva para encontrarse, dialogar”. Porque nos toca, a los que hacemos video y tenemos una orientación social y política, dialogar en los encuentros sociales y políticos.

Ante la ausencia de espacios de difusión para productos audiovisuales que se hacen desde los barrios, colegios y por las organizaciones de base, el Festival responde a la necesidad de reconocer la existencia de un campo de producción audiovisual *comunitaria* y también a la urgencia de identificar quiénes son los que están detrás de estos; la mayoría de los festivales que existen atienden las demandas de los sectores industrial o artístico:

En estos festivales se dejan por fuera muchas producciones que por no cumplir los requerimientos técnicos mínimos o porque no alcanzan ciertas expectativas comerciales son discriminadas. Son innumerables las comunidades organizadas que se han apropiado de la producción audiovisual como una herramienta para mostrarle a la sociedad como ellos se sienten representados desde su particularidades; para dar voz sobre cómo ha sido históricamente representados por los que han poseído el poder de los medios masivos de comunicación¹⁶⁵.

Como ellos indican en el primer documento escrito sobre la creación de un festival, la idea “nace ante un panorama desolador de propuestas que valoren la producción desde la comunidades y que busca consolidar la producción audiovisual como un proceso de construcción social colectivo que brinde nuevas formas de comunicación y reflexión desde las comunidades”¹⁶⁶. Se trata de pensar el audiovisual como instrumento que está “construyendo imagen colectivamente”, como lo indica el eslogan de la primera versión del Festival, llevada a cabo entre el 26 y el 29 de noviembre de 2008.

La iniciativa también se constituye en un lugar para el encuentro de realizadores y productores que hacen audiovisuales por fuera de los canales de televisión comercial o del circuito de cine para la industria del entretenimiento. La convocatoria desde su inicio ha sido amplia:

Está abierta a los realizadores comunitarios, independientes, organizaciones populares, productores comunitarios de TV local, de televisoras comunitarias, estudiantes universitarios y de educación no formal y productoras sociales. Estos públicos desde diferentes manifestaciones y grupos poblacionales: jóvenes, mujeres, indígenas, afros, LGBT (Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales), gestores culturales, sindicales, etc.¹⁶⁷.

¹⁶⁵ Extracto del proyecto para la creación del Festival disponible *on line* en: www.box.net/shared/ut8qy1qdz5.

¹⁶⁶ *Ídem.*

¹⁶⁷ Disponible en formato PDF, véase: www.fesvideocomunitario.org/convocatoria4-1.pdf.

El Festival ha celebrado tres ediciones desde ese año. En el diseño metodológico se buscó “convocar a la comunidad para que observen los procesos que se dan en sus territorios y pueda reflexionar acerca de los planteamientos que se hacen en las piezas audiovisuales [...] y generar espacios de concertación y reflexión sobre cómo se ven a sí mismas y cómo se perciben ante una cámara de video”¹⁶⁸. En lo local, hay un énfasis en talleres de formación y proyecciones en las zonas periféricas de la ciudad de Cali, en el oriente (Distrito de Aguablanca), en la ladera (Siloé), así como también en la zona rural del municipio, en centros culturales y universidades¹⁶⁹; además, se ha hecho un esfuerzo por descentralizar el Festival y llevarlo a otros municipios del departamento del Valle del Cauca como Jamundí, Buenaventura, Buga y Sevilla.

El Festival de Cine y Video Comunitario propicia la formación y el encuentro tanto de los públicos como de los realizadores comunitarios; su objetivo principal “es crear un espacio que posibilite fortalecer e incentivar los procesos sociales y la participación comunitaria así como su reconocimiento, articulación, formación y expansión mediante la producción cinematográfica y audiovisual”¹⁷⁰. Para lograr esto, Mejoda se propuso los siguientes objetivos específicos:

¹⁶⁸ Extracto del documento interno de la organización Proyecto II Festival Nacional de Cine y Video Comunitario, presentado para participar en la convocatoria del Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de Cultura (Archivo digital en Word, 2009).

¹⁶⁹ Proyecciones en el centro de la ciudad: Biblioteca Departamental, Fundación Hispanoamericana, Alianza Francesa, Centro Cultural de Cali y Centro Cultural Comfandi. Proyecciones en el distrito de Aguablanca: centrales didácticas de la Fundación Carvajal en los barrios La Casona, El Vallado y El Poblado, en el sector de la Colonia Nariñense, en la Biblioteca Comunitaria Arco Iris y en la Fundación Nacederos. En la zona de ladera en espacios abiertos de los barrios Bajo Aguacatal, El Cortijo, Tierrablanca, así como en el Colegio Multi-propósito y los centros culturales de Brisas de Mayo y Vistahermosa. También se programaron exhibiciones en la Universidad del Valle y en la Autónoma de Occidente.

¹⁷⁰ Disponible en formato PDF, véase: www.fesvideocomunitario.org/convocatoria4-1.pdf.

- Crear un espacio que permita la construcción colectiva de la identidad audiovisual comunitaria.
- Estimular los procesos de creación audiovisual comunitaria mediante la formación y la asesoría colectiva.
- Posibilitar redes de distribución de piezas audiovisuales de las productoras audiovisuales comunitarias.
- Expandir el campo de acción de cada uno de los colectivos permitiendo interactuar con otros que trabajen en campos pertenecientes a otras disciplinas.
- Formar al público masivo frente a la recepción de los productos realizados por este tipo de productores comunitarios.
- Acercar a la industria privada al medio para que sienta interés por este tipo de proyectos y pueda financiarlos¹⁷¹.

Un aspecto interesante es cómo se hace la curaduría y premiación. Mejoda recurre a la categorización clásica de todo festival por géneros, agregando el apellido *comunitario*; en la versión de 2009 tuvieron las siguientes categorías: documental comunitario, argumental comunitario, programa de televisión comunitaria, video universitario con comunidades, videoclip, animación y video experimental, documental comunitario internacional y argumental comunitario internacional¹⁷². Los criterios para evaluar las obras audiovisuales se indican en los siguientes numerales del reglamento:

4.2 Las obras se seleccionarán y premiarán sobre la base de los siguientes criterios: Reflejar el derecho de las comunidades a la libertad y la autodeterminación; Fomento del respeto y dignidad de los pueblos; Promover la equidad de género y los derechos de la mujer; Aportar al fortalecimiento de la identidad y la cultura de las comunidades; Resaltar las expresiones culturales en situaciones de desa-

¹⁷¹ Extracto del reglamento de la convocatoria al primer Festival (Archivo digital en Word, 2008).

¹⁷² En 2008, la primera versión solo tuvo tres categorías (ficción, documental y videoclip-animación-video experimental). En 2009, la segunda, el número de categorías aumentó a cinco (animación, video universitario, documental, programa de televisión comunitaria y argumental). En 2010, la tercera, se agregó una categoría (Mejor proceso comunitario de realización audiovisual) y se abrió el Premio del público.

parición y/o asimilación; Contribuir a los procesos organizativos y de lucha de la sociedad; Expresar la noción del desarrollo desde las perspectivas étnicas, de género y generacionales; Promover el diálogo intercultural; Defender el derecho a la comunicación y a la utilización creativa de recursos estéticos y narrativos y demás que promuevan una cultura de paz y convivencia.

4.3 En las obras, además de calificar la propuesta técnica, narrativa y estética, se tendrá en cuenta el proceso social que acompaña las piezas audiovisuales: la construcción colectiva de las mismas, el empoderamiento de las comunidades de estas habilidades comunicativas, la utilización de las piezas audiovisuales en la dinamización de procesos sociales, la incidencia de estas en las comunidades, y demás correspondientes¹⁷³.

Estas reglas de juego son aceptadas por los concursantes desde el diligenciamiento del formulario donde indican los datos técnicos, pero también describen los objetivos de cada obra, cómo esta se vincula con la comunidad, si nació de un proceso comunitario y si ha trascendido o incidido en el aspecto social. Con lo anterior se valora el proceso de producción de los videos, cómo surgen, cómo se ejecutan y cómo se construyen.

Los que ganaron el año pasado [2009] fueron los indígenas Kankuamos, un resguardo del Cesar; el programa fue dirigido por Walter Ariza, que es parte de una organización donde se piensan las cosas en colectivo, trabajan en colectivo y los temas son del colectivo. No es el ego del realizador, sino que es toda una comunidad que trabaja y aunque en algunos casos le toque moverse más a unos que a otros, siempre se ve un ejercicio colectivo (Víctor).

Detrás de cada producto de comunicación se genera un proceso que responde a las preguntas que debe resolver la comunidad con respecto a alguna problemática. En ese sentido importa más el proceso que el producto. La noción de lo *colectivo* es una apuesta por dar voz, iluminar historias, desmadejar dificultades, revelar contradicciones.

¹⁷³ Disponible en formato PDF, véase: www.fesvideocomunitario.org/convocatoria4-1.pdf.

El producto audiovisual es el resultado de una construcción de significados que, puesta en circulación en esa misma comunidad u otras, debería volver a construir significados o resignificarlos.

El Festival ha contado con el apoyo de más de veinte instituciones durante las tres versiones, tanto de carácter estatal, como privado y civil. Entre las civiles se cuentan Casa Occio, Laboratorio de Diseño Gráfico El Cartel, Asociación Jóvenes Aptos, Códice Comunicaciones, Fundación Comando de Sueños, Cine Pal' Barrio, Fundación Bugarte, Asociación Centro Cultural la Red, Asociación Titanio, Colectivo de Comunicaciones Línea 21, Casa Cultural El Chontaduro, Asojóvenes Med, Asociación Lila Mujer, Tejido de Comunicación de la ACÍN, entre otras. Este repertorio de organizaciones involucradas demuestra la alta capacidad de Mejoda para establecer alianzas con todo tipo de instituciones y posicionar el Festival en la agenda de todas estas. La cuarta edición tendrá lugar a finales de 2011.

Imágenes para el *diálogo social*

Para el Colectivo Mejoda la comunicación tiene un sentido *mediador* en la vida social pues su trabajo persigue generar, antes que productos, *procesos* que ayuden a transformar tanto los imaginarios sobre el territorio y las comunidades históricamente discriminadas como las condiciones políticas, económicas y culturales de estas. Ricardo subraya que es necesario fortalecer las organizaciones de base desde la comunicación para que tengan la oportunidad y el deber de pensar cómo quieren ser vistas, qué van a decir y cómo se van a expresar. En ese sentido, Víctor afirma: “La imagen es una posibilidad de diálogo social. Por eso el video comunitario para llamarse comunitario tiene que generar un diálogo; si no genera un diálogo social no tiene sentido”.

La organización reconoce que los medios de comunicación están monopolizados por poderosas fuerzas políticas y económicas; no obstante, opinan que eso está cambiando; así lo expresa Ricardo: “La comunicación se está volviendo un saber, un *vox populi*, en que la gente, todo el mundo, participa desde las diferentes ventanas dispuestas

para eso. Ese es el futuro de la comunicación. El comunicador se va a convertir en un facilitador, en un administrador de esos procesos, para que la gente tome la herramienta”.

El *diálogo* del que habla Víctor y la *apropiación* de herramientas de comunicación que plantea Ricardo deben, para Mejoda, estar presentes en los procesos de desarrollo social, tanto en la etapa de producción como en la de circulación.

Lo que interesa es que la pieza movilice. La pieza es un punto medio. Hay todo un proceso de construcción colectiva, de generación de la pieza y cuando se termina, no termina. La pieza tiene que generar otro diálogo, tiene que generar acercamientos, encuentros y desencuentros, porque el diálogo no necesariamente es entenderse, el diálogo es generar espacios de debate de lo que sea para movilizarse, para no movilizarse, para hacer algo, para lo que quieran (Víctor).

Se atribuye a la comunicación una función de movilización porque se asume como una especie de instrumento político que posibilitaría el cambio social. Desde ese punto de vista, en Mejoda piensan que permite afirmar las identidades de los sujetos representados, diferenciar las problemáticas de los territorios, reivindicar las luchas y visibilizar las ideas. Ricardo, inclusive, va más allá en su análisis:

Estamos en una civilización de imágenes y uno podría pensar un poco que la importancia de la imagen es solo informar. Pero pensaría más en lo simbólico y en mostrar lo que todavía sigue sin mostrarse. Yo pienso que la globalización hace que uno tenga un panorama tan amplio que no se fija en lo pequeño. En un libro dice que el artista no debe, como el resto de la gente, buscar por encima de la basura, sino dentro de la basura, y aquello que nadie coge, él debería cogerlo. Aún con toda esa tecnología sigue habiendo cosas que no se muestran.

Lo que está “dentro de la basura” es lo oculto, lo no mostrado, lo censurado, lo invisibilizado, lo discriminado, lo estereotipado. Como consecuencia de una estructura comunicativa homogeneizada se genera una separación, una división entre lo uno (lo dominante) y lo otro (lo alterno); de ahí que para romper con esta dualidad sea necesario resignificar los modelos de comunicación desde procesos educativos como lo propone Ricardo: “No puede ser que la educación solo sirva para sacar obreros, como sucede hoy en día. Para muchos sería un golazo transformar con la comunicación los modelos educativos¹⁷⁴. Yo creo que una cátedra de comunicación podría ayudar a los jóvenes a despertar más su ser como ciudadanos, como actores políticos, sociales, culturales”. Este interés por lo educativo se deriva de la propia experiencia: en Mejoda empezaron produciendo “con lo que hubiera y con la formación que se tenía”, recuerda Víctor. Luego, para Ricardo, vino el momento de “cacharriar” en los programas de edición y de aprender a manejar con pericia la cámara hasta lograr cierto dominio; esto les hizo reflexionar sobre el vacío en formación de este tipo para las comunidades. Cada integrante ha estado en un constante ciclo de *aprender-haciendo* y experimentando un crecimiento; por esa razón, el tema de la formación audiovisual para la gente de su comunidad ha ido tomando relevancia pues consideran que para la población de escasos recursos, como la del Distrito de Aguablanca, ingresar a la educación técnica o superior es un privilegio. Para Mejoda, la educación en este campo hará posible que las personas conozcan y se apropien de los medios (como de una cámara) para registrar sus realidades, pero también les permitirá aprender a ser críticos con la información o los mensajes que reciben. Ricardo está convencido de que al existir muchas pantallas “lo que se va a necesitar es gente para llenar todo ese poco de parrillas malas que hay y ver cómo llenarlas con contenidos que cooperen socialmente”. Ante la ausencia de espacio de formación audiovisual en los sectores populares de la ciudad, Mejoda en su Festival programa talleres audio-

¹⁷⁴ En Cali se conoce la experiencia de la Institución Educativa Multipropósito de la Comuna 20, donde se trabaja con el audiovisual de manera permanente.

visuales prácticos y de sensibilización¹⁷⁵, y adicionalmente, organizó el Diplomado en Realización de Video Comunitario para el Desarrollo Social Juvenil¹⁷⁶:

El Diplomado es la formalización de otros procesos educativos de la organización de manera disciplinada. Surge de la necesidad de que las personas dentro de sus comunidades se empoderen porque ya hay mucha gente con su camarita que quiere hacer su corto, que quiere hacer sus cosas, pero no tiene un adiestramiento básico. Lo que yo sé de audiovisuales lo he aprendido más en el transcurso de la experiencia, por los diplomados y los diferentes talleres (Ricardo).

Los miembros de Mejoda reconocen su pertenencia a una *generación audiovisual*: “Nacimos en una generación convulsionada por el video. Los jóvenes no estamos escuchando tanta radio, no estamos leyendo tanto; hay una serie de condiciones que hacen que el lenguaje audiovisual sea más asequible y hay unos códigos que pueden ser aprovechados para estos procesos”, afirma Víctor. También agrega que la organización aprovecha este medio para lograr que participen

¹⁷⁵ Algunos de los talleres han sido *Cartografía audiovisual para la activación de la memoria*, *Imágenes que hablan: la mujer y la producción audiovisual comunitaria*, *Yo no me llamo plata*, *Cuando miras más de cerca*, *Producciones sin un peso*, *El video comunitario como resistencia social*, *Olfatear imágenes, observar los sonidos: etnografía y audiovisual*, *Voces invisibilizadas*, entre otros, todos dictados por integrantes de organizaciones comunitarias audiovisuales de todo el país, entre los que se cuentan la Escuela Audiovisual Infantil de Belén de Los Andaquíes, Kinoclaje, Colectivo de Comunicación de Montes de María, Full Producciones, Medios en Común, Sueños Films Colombia y Pasolini.

¹⁷⁶ El Diplomado fue certificado por la Universidad Autónoma de Occidente (Cali) y contó con el apoyo de instituciones como la Gobernación del Valle del Cauca, la Aecid, la Fundación Casa Occio, Tikal Producciones, Cine Pal' Barrio y la asesoría de Códice Comunicaciones. Además fue financiado en parte por una de las becas del Ministerio de Cultura en el año 2009. Con una intensidad de 120 horas, en este se produjo un videoclip musical llamado *Si no hay escuelas* y el cortometraje *Verde grisáceo*.

muchas personas, pues se trata de un trabajo por etapas durante las cuales se desempeñan diferentes funciones:

[El video] era el escenario donde había más apertura para trabajar todos, donde podría haber un equipo más grande, muchas especialidades. Entonces, por ejemplo, a Diana le ha gustado siempre la literatura, la escritura; entonces ella podía aportar desde la parte de guión; Ricardo como artista plástico podía dar un aporte en lo visual; Jairo siempre ha sido un gomoso con las cámaras y lo mismo Andrés, a quien le gustaba mucho la fotografía y podía aportar desde allí. Encontrábamos una serie de oportunidades en el audiovisual y que podíamos involucrar más gente.

Del video-clip a la video-sistematización

Uno de las primeras creaciones de Mejoda estuvo relacionada con un proyecto de intervención social: la serie de cortometrajes sobre mediación social para la solución de conflictos. Estos videos se produjeron dentro del Programa Construyendo Ciudades Funcionales II: Proyecto Fortalecimiento de los Mecanismos Alternativos de Solución de Conflictos con Jóvenes en el Distrito de Aguablanca, liderado por la Asociación de Jóvenes Mediadores y financiado por CHF International Colombia y Usaid. El guión y la producción estuvieron a cargo de Mejoda y los actores fueron los mismos jóvenes participantes del proyecto; en los cortometrajes hay una fuerte presencia de música rap y tienen una moraleja. Estos son los títulos:

- *Buscando salidas*: sobre la temática de los conflictos familiares y el ingreso a las pandillas juveniles.
- *Todos nos equivocamos*: Sobre el conflicto entre madres e hijos que deriva en la vinculación de estos a pandillas locales.
- *Ni amigos ni enemigos*: acerca del consumo de sustancias psicoactivas y delincuencia.

Mejoda produjo el videoclip del rap *De barrio en barrio* interpretado por Flaco Flow y Melanina, considerada en 2007 como la agrupación de hip hop número uno en Bogotá y Cali. Es un video de cinco minutos que usa texturas y filtros en la imagen. Después, produjeron otro clip para el concurso de video Las Caras de la Exclusión, patrocinado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que habla sobre la discriminación a los jóvenes afrodescendientes del Distrito de Aguablanca en el ámbito laboral de la ciudad de Cali¹⁷⁷.

A medida que fueron fortaleciendo su componente de participación en proyectos de intervención social en comunidades, Mejoda implementó lo que llama “video de sistematización”:

Tenemos una propuesta de video institucional no institucional; no institucional desde el discurso, desde la realización. Entonces la cuestión es hacer un video donde el discurso narrativo no lo lleve la institución sino al contrario, que sea la voz de los otros la que exponga el trabajo de esta y sea su voz. El video debe tener un trabajo de producción participativa y colectiva, básicamente en lo que tiene que ver con la conceptualización de la pieza en el momento del guión, preguntar a los beneficiarios de los proyectos acerca de qué es lo que se quiere ver, cómo queremos ver reflejado eso y que sea un proceso de construcción colectiva (Ricardo).

Es un tipo de *video-memoria* que no solo describe el papel de las organizaciones benefactoras, sino que valida el de las comunidades en los proyectos, dando cuenta de los aprendizajes que deja en cada uno de las partes. Mejoda ha producido tres videos¹⁷⁸ bajo esta directriz:

- *Vive y piensa joven* (2007): relata los procesos de las cinco organizaciones que hicieron parte de este proyecto en el Centro Cultural Comfandi. Al estilo de bitácora audiovisual se presenta testimonios de los miembros de las organizaciones,

¹⁷⁷ Este video participó en la categoría 4: Exclusión en el mercado del trabajo.

¹⁷⁸ Al cierre de escritura de este documento, Mejoda estaba finalizando la post-producción del video de sistematización de Onda Joven (Red de Comunicación para la Paz, proyecto liderado la Fundación Plan).

acompañados por opiniones de funcionarios del centro cultural y del mismo proyecto.

- *Valle joven* (2008): aborda asuntos relacionados con el proceso de la PPJV: posicionamiento, movilización y modelo de gestión. Hay en este video un uso predominante de la graficación.
- *Revolú* (2009): video del proyecto que lleva su mismo nombre y que incluye cinco componentes artísticos (danza, música, teatro, comunicaciones y artes plásticas). El video registra las respuestas que dieron los participantes del proyecto a la pregunta qué es ser un joven chocoano.

Casa Occio es la única organización de todo el corpus estudiado que transmite imágenes en vivo, vía Internet, mediante la tecnología del *streaming*¹⁸⁰. Es pionera en la región y en el país al utilizar la plataforma de Internet más allá de publicar videos: generar información videográfica en vivo y en directo, aprovechando las posibilidades de transmisión de datos por medio de la web, esto sería, “la nueva televisión” como dicen en Casa Occio. La Fundación se enfoca en el uso del video *dentro* de las nuevas tecnologías informáticas, lo cual conlleva a la convergencia digital, es decir, a la confluencia de soportes y lenguajes en la red. La organización está radicada en Cali, uno de los centros urbanos más grandes de la región suroccidental, donde el quehacer audiovisual tiene una tradición conocida a escala nacional y presenta gran diversidad en cuanto a producción y exhibición.

Una casa para el ocio

El origen de la Fundación Casa Occio data de 2003, cuando tres comunicadores sociales (Milton Trujillo, Vladimir Pérez y Rubén Moreno) y una ingeniera industrial (Marcela Durán), formaron el Colectivo de Creación Audiovisual Occio Productores¹⁸¹. Todos los miembros realizaban sus estudios en la Universidad Santiago de Cali e iniciaban su vida laboral. Milton Trujillo fue quien propuso el nombre del Colectivo bajo la premisa de que el ocio es el momento en el que el

¹⁷⁹ La investigación que da soporte a estas notas y su redacción estuvieron a cargo de Gerylee Polanco Uribe. Este ejercicio se llevó a cabo durante el primer semestre de 2010, por lo que se comprenderá que no dé cuenta de las transformaciones ocurridas en la organización desde entonces.

¹⁸⁰ La mayoría de los videos en Internet se deben “cargar” y/o “descargar” para poder verlos, pero con el *streaming* estos procedimientos desaparecen. Es posible ver un video mientras está siendo grabado como en una emisión televisiva en vivo y en directo. Con el *streaming* la transmisión del flujo de datos es continua.

¹⁸¹ Actualmente, también hace parte la organización Carolina Trujillo.

cuerpo y la mente se dejan agradar para “irradiar la sociedad con el arte emanado del espíritu que ha hecho de los humanos esos seres que narran mientras se narran”¹⁸².

Como colectivo estuvo activo durante dos años y en 2005 uno de sus miembros ganó una beca de investigación del Ministerio de Cultura dentro del Programa Nacional de Estímulos a la Creación y la Investigación. Esta beca puso en marcha la realización de un taller de aproximación a la comunicación audiovisual titulado *El Mito de la Caverna*¹⁸³. De alguna manera, esa experiencia llevó al grupo a pensar en la idea de que son las comunidades quienes deben hacer sus propios videos —y no terceros— para generar, así, sus propias formas de comunicarse.

Ese mismo año, la razón social del Colectivo pasó a ser Fundación Occio para el Televidente Activo¹⁸⁴, pues luego de que algunos integrantes obtuvieran experiencia en televisión comunitaria, que indicaremos más adelante, adoptaron el concepto de que un televidente no es un receptor pasivo sino activo: no solo está al frente de un televisor consumiendo información.

Hasta 2006, dos miembros de la organización tenían trabajos independientes que representaban mayor estabilidad económica para cubrir sus necesidades básicas (por ejemplo, Marcela fue empleada en Comfenalco y Milton fue reportero del canal Telesur). Sin embargo, en agosto de ese mismo año, ambos renunciaron a estos empleos y

¹⁸² Extracto del documento interno de la organización *El Proyecto de Casa Occio* escrito por Vladimir Pérez (Archivo digital en Word, s.f.).

¹⁸³ En el documento interno de la organización *Propuesta pedagógica: El mito de la caverna* lo describen así: “Taller de introducción al audiovisual que da inicio a una reflexión sobre los medios masivos de comunicación y la incidencia de estos en los asuntos locales, permitiendo a los participantes intervenir dentro de la ciudad por medio de un documento audiovisual realizado a partir de su visión e interpretación” (Archivo digital en Word, s.f.) Este taller se ha desarrollado en tres oportunidades: con niños de Sogamoso (Boyacá), con jóvenes de la Comuna 20 y con niños de cinco colegios de diferentes estratos sociales de Cali (Valle del Cauca).

¹⁸⁴ La nueva figura jurídica de fundación surge debido a que la anterior estaba a bajo la de persona natural.

decidieron alquilar un espacio para el montaje de la oficina de la Fundación Casa Occio¹⁸⁵. A propósito, Milton dice:

Encontramos una ciudad donde hay mucho talento pero no hay unión. Todo viene siendo como un gran partido de estrellas. Cada uno hace lo suyo y no se soporta con nadie. Cosa contraria a la historia de la ciudad, porque la historia de la ciudad es la que es porque los realizadores de ese tiempo tenían la misma lógica y hacían el cine a su modo. Entonces ellos hacen esa gran historia porque se juntan y hacen una vanguardia de Colombia reflejada como Caliwood. Cali es un lugar donde no hay muchas empresas y no podemos estar atacando a las mismas, y por eso nuestro foco de producción tenía que ser distinto al *merchandising* que están manejando las otras productoras. Nosotros creemos que nuestro público objetivo no son solo los espectadores, sino los realizadores, futuros realizadores y televidentes normales. El problema de la ciudad es que son unos cuantos los que hacen audiovisuales, los que facturan todo este cuento, pero sumémosle los realizadores nuestros, sumémosle más gente a que se piense esto de otra forma. Entonces, nos pusimos a pensar que necesitábamos una casa, como el hogar de los realizadores: un hogar donde pudiéramos compartir con amigos. Sería un lugar para hacer buenas cosas juntándolos a todos.

El sentido de casa, de hogar, es lo que motiva la creación de esta organización. Marcela dice que Casa Occio es un espacio dedicado a los realizadores audiovisuales de la ciudad, donde se puede encontrar algo más que las herramientas para producir; es un lugar para conversar, planear, ver cine y hacer amigos. Uno de los referentes para la creación de Casa Occio fue la experiencia de Ciudad Solar que tuvo lugar en la ciudad de Cali en la década de los años setenta; se trató de una casa convertida en un centro cultural donde se abrió una sala de exposiciones para los artistas locales que estaban en ascenso como Oscar Muñoz o Fernell Franco; también ahí operó el cineclub de Andrés

¹⁸⁵ A finales del año 2006, la razón social se simplificó a Fundación Casa Occio.

Caicedo y se gestó el movimiento cinematográfico Caliwood. La sede de la Fundación se fue configurando como un sitio donde se crean lazos de pertenencia a un núcleo social, en este caso, a una familia audiovisual. Tener una casa propició la lógica de lo familiar, una familia cuyo principio de filiación es el ocio, como manifiesta Marcela:

El ocio es una política de la Casa, trabajar siempre tranquilos, que no agrede la calidad de vida de nadie. Si nos toca decir no, decimos no, por ejemplo. No nos gusta ese esquema de trabajar veinticuatro horas al día y al final estar enredados en mil cosas. Vamos despacio pero seguros y el ocio es eso: estar trabajando tranquilos, en armonía con todos, con tiempo para pensar —que es por lo que a uno no le pagan nunca en la vida—. Y es una casa porque es el hogar de toda esa gente que gravita alrededor de lo audiovisual y todas las artes. Y es una casa de ocio para reforzar el estado más anímico de una persona que es el ocio, no desde la definición convencional que la gente cree que es —no hacer nada—, sino desde la filosofía griega, que es el pensar, lo lúdico; entonces, somos productores de ocio.

Del periódico al blog y de la televisión al *streaming*

Milton, desde que inició su carrera de comunicador social en 1997 participó en el periódico *El Grafito*, editado por estudiantes de la Universidad Santiago de Cali, “a medio camino en la clandestinidad”, dice él, con el objetivo de hacer crítica a las directivas de dicha institución. Luego, el periódico y algunos de sus integrantes evolucionaron entre el año 2000 y 2001 hacia lo que se conoció como el movimiento político Tienen Huevo, fundado para cuestionar el comportamiento de la clase política nacional con una directriz de humor¹⁸⁶; dicho movimien-

¹⁸⁶ Su manifiesto político relata lo siguiente: “El Movimiento Político Juvenil Mamagallista Tienen Huevo, nace de la gallina más enclenque y más vieja de América Latina: la desvergonzada y supuesta democracia colombiana [...]. Suficiente madre para este pobre huevo. Tienen Huevo es la voz contra el poder. Por eso, el cacareo es claro y contra varios: fundamentalmente Tienen Huevo

to se desarrolló con acciones colectivas¹⁸⁷ y diversos usos de la expresión oral “tienen huevo”. En el año 2007, Tienen Huevo creó el sitio web www.tienenhuevo.blogspot.com con el que ganó el concurso de blogs que organizó la revista *Semana*; el premio consistió en patrocinar la asistencia del ganador al primer Campus Party que se hizo en el país. El Campus Party es un evento de divulgación sobre innovación en tecnología y cultura digital que se venía desarrollando en España desde 1997 pero que solo hasta el año 2008 tuvo réplica en América Latina, iniciando en Brasil y Colombia. La persona de Tiene Huevo seleccionada para asistir fue Milton y ahí “descubre lo que sería el futuro” de la Fundación Casa Occio, comenta Marcela. Este evento le ofreció una programación de talleres, charlas, demostraciones de las innovaciones tecnológicas (en software y hardware), videojuegos *on line*, así como la experiencia de la conectividad simultánea de casi cien computadores navegando en Internet (que para el año 2008 representaba una proeza en el país). Es allí donde Milton conoce la tecnología del *streaming*. Marcela cuenta que:

Milton llegó con la idea de que el futuro de la televisión era Internet y el *streaming*. Llegó aquí con la información, porque ni siquiera fue un taller práctico y se puso a cacharrear y a cacharrear hasta que aprendió a transmitir. Y eso ha hecho que la Casa Occio se posicione afuera, lo que hace que la Casa quede en la mente de la gente es el *streaming*: las transmisiones de eventos, el vivo por Internet. La Casa Occio tiene que ser la pionera en lograr ser la pantalla de todos los colectivos de la ciudad por medio del *streaming*. Empezamos hace dos años, vamos trabajando en eso y dándole forma, averiguando cómo ser un canal de televisión por Internet.

los políticos; también lo tienen los uniformados, los que nos están matando: Tienen Huevo los guerrilleros, Tienen Huevo los militares, Tienen Huevo los paramilitares”. Disponible en: www.tienenhuevo.blogspot.com/2001_02_01_archive.html.

¹⁸⁷ Una de las acciones colectivas de Tienen Huevo fue cuando lanzaron huevos a dirigentes políticos en una sesión ordinaria del Congreso colombiano. En esta participaron Marcela, Vladimir, Carolina y Milton.

El interés por la televisión surgió desde el inicio de la organización y se afianzó cuando Rubén y Milton conocieron de cerca la experiencia de la televisión comunitaria local. Rubén entró a formar parte de la dinámica del canal de una comuna al nororiente de Cali llamado Ascuanpac 12¹⁸⁸. Cuenta él que empezó “cargando cables” hasta que llegó a la coordinación del canal; incluso planteó inicialmente su trabajo de grado ahí -con Milton- sobre el diseño de una parrilla de programación en la se identificara el *prime time* de este tipo de canales; sin embargo, esta tesis no logró desarrollarse. Pero en ese proceso, Rubén y Milton conocieron de primera mano cómo estos canales de televisión habían sido reducidos a plataformas de promoción para candidatos políticos en temporada electoral; se dieron cuenta de cómo era “trabajar con las uñas” y, llegaron a la conclusión de que “el estilo” de la televisión comunitaria provenía de los precarios recursos técnicos, así como de la poca formación en este campo de quienes trabajaban en esta (muchos de los integrantes de los canales solían ser abogados, contadores, entre otros).

De Caliwood a Caliweb

El eslogan de Casa Occio dice: “De Caliwood a Caliweb”, lo cual significa que en el futuro, para la Fundación, se deberá asociar a la ciudad no solo con la experiencia cinematográfica Caliwood, sino con lo que ellos llaman Caliweb, una especie de movimiento comunicativo alrededor de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC). Para los miembros de la organización, Caliwood forjó una vanguardia alrededor del cine en el país y ahora, con el trabajo que ellos están desarrollando, aspiran a crear una alrededor de Internet.

La organización tiene como meta consolidar Occio TV, un canal de televisión vía Internet:

¹⁸⁸ La sigla corresponde a la Asociación de Antenas Parabólicas y Servicios Públicos Domiciliarios, canal de la Comuna 12 de Cali. Ascuanpac 12 parece registrado como operador de televisión comunitaria pero hoy no funciona como canal.

[Queremos] ser un canal en Internet. El medio que acompañe y divulgue la actividad que genera una ciudad, que se convierta en la plataforma de los próximos realizadores del audiovisual en Colombia y el de involucrar a la ciudad con la emisión de productos independientes creados por colectivos y productores, visibilizando el movimiento cultural que crece en nuestros barrios y en cada una de las calles de Cali y el Valle del Cauca¹⁸⁹.

Para Milton, el futuro del audiovisual local son los demás, entendiendo por “los demás” aquellas esferas que están por *fue-
ra* de la academia y los monopolios de los medios de comunicación; está convencido de que quienes están dentro de esas mismas esferas se creen los únicos que pueden hacer, pensar y distribuir el audiovisual en la ciudad. Milton propone entonces una analogía: “Así como en Cali la rumba no está en las discotecas sino en las calles, el audiovisual tampoco está en las academias”. Entre los miembros de Casa Occio existe un consenso sobre el hecho de que hay mucha gente “afue-
ra” con cámaras y con historias que no necesariamente pasaron por una academia. La percepción que tienen es que hay que reconocer las “otras” maneras de hacer, de contar y de difundir lo que se hace. Otras formas que pueden desarrollarse por medio de las herramientas de la Web 2.0, para descentrar la creación y circulación de productos audiovisuales. En palabras de Rubén Moreno:

Hoy estamos en sintonía con la aventura de ser una señal libre de contenidos sociales y de todos los *parches*. Es cuando pensamos en la web. Estamos pensando en las necesidades de los contextos, en las urgencias. Es la comunicación que se está moviendo en la red. Hay una información que circula. Hay contenidos libres. Es un perfil de la comunicación para el cambio social.

Por eso, los objetivos del canal Occio TV son:

¹⁸⁹ Testimonio extraído de una reseña realizada a la organización en el portal del Ministerio de Cultura. Disponible en: www.mincultura.gov.co/?idcategoria=34365.

- Occio TV debe consolidarse como el principal medio de divulgación del cine y las artes audiovisuales de Cali.
- Occio TV espera continuar en el redescubrimiento del lenguaje audiovisual para video blog y nuevas tecnologías.
- Occio TV continuará promoviendo el uso y el acceso a herramientas web libres en pro del derecho a la expresión y la comunicación popular¹⁹⁰.

La primera generación de Internet, llamada 1.0, es aquella que reproduce el modelo de comunicación en la cual hay un solo emisor que produce, distribuye y controla el flujo de información y el público es asumido como un “depositario” de esta (modelo bancario, siguiendo las ideas de Paulo Freire). En la segunda generación de Internet, llamada Web 2.0¹⁹¹, ya no hay un único emisor: cada usuario de la web, produce y difunde sus propios contenidos mediante el intercambio de datos que facilita las aplicaciones de creación de blogs¹⁹², *podcasts*¹⁹³, *videoblogs*¹⁹⁴, *wikis*¹⁹⁵ y, las redes sociales como Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, entre otras. Es en la Web 2.0 donde Casa Occio ha decidido centrar su trabajo en la medida en que uno de sus objetivos es fomentar el acceso al uso de las TIC, “posibilitando la diversificación de información, la recreación, el conocimiento, la investigación, la educación y el intercambio de culturas a través de los medios de comunicación e información”¹⁹⁶.

¹⁹⁰ Extracto del proyecto Publicación digital Occio TV presentado a la Convocatoria del Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de Cultura (Archivo digital en Word, 2009).

¹⁹¹ Término que se usa desde el año 2004.

¹⁹² El blog es una bitácora digital donde una o varias personas de una misma organización publican textos, fotos y videos.

¹⁹³ Un *podcast* es una herramienta para distribución de archivos de audio (principalmente en formato MP3).

¹⁹⁴ El *videoblog* o *vlog* es una contracción de las palabras video y blog. Se trata de un blog donde solo se publican videos, bien sean colecciones de archivos de videos pregrabados o transmitidos por la tecnología del *streaming*.

¹⁹⁵ Son aquellos textos publicados en la web que pueden ser editados por la comunidad de usuarios. Es el caso de Wikipedia, Wikilearning, Wikcionario, Wikinoticias. Se trata de un trabajo colaborativo entre los usuarios.

¹⁹⁶ Documento interno de la organización Estatutos Fundación Casa Occio (Archivo digital en Word, 2009).

Las aplicaciones Web 2.0 son plataformas que no exigen el pago de licencias, es decir, son softwares libres. De ahí que la organización se inscriba dentro de la lucha por *democratizar* el acceso a las TIC, no solo desarrollando su propio canal de televisión en Internet y alimentando sus *vlogs* sino capacitando en Web 2.0.

Como se ha dicho anteriormente, Casa Occio se plantea el objetivo de consolidar un canal de televisión que no usa el espacio electromagnético como se hace convencionalmente sino que transmite señal de video vía Internet. Para usar el *streaming* no hay el pago de licencias de funcionamiento y no es necesario dotarse de equipos sofisticados de transmisión, salvo un computador con cámara web y una conexión óptima de banda ancha. Cuando los miembros de la organización conocieron la tecnología del *streaming* tuvieron que aprender por sí mismos, y en ese aprender-haciendo se dieron cuenta de su potencial para crear *nuevos* medios de comunicación, pues no dependen, en gran medida, del factor económico para su formación y sostenimiento; además, como dice Marcela, “con estos se están originando cambios en hábitos y rutinas de los ciudadanos. La gente ya no está usando casi los televisores, la gente ve televisión por su celular, la gente ve televisión por su computador”.

La mayoría de la población en Colombia ha tenido contacto con un computador, sabe cómo funciona, tiene una cuenta de correo electrónico, está suscrita a redes sociales; pero no en todas las ocasiones es propietaria del equipo o, en caso de que lo tuviese, probablemente no puede pagar un servicio de conexión permanente a Internet en su hogar. Para los miembros de Casa Occio, no es solo cuestión de acceder materialmente a un computador, sino de que hay desigualdades para acceder a los *saberes* en el manejo de la diversidad de softwares que existen. Se trata también de un problema de conectividad a la hora de hacer/recibir emisiones de video por medio de la web porque es esta la que regula la capacidad de envío y recepción de datos y cuanto más elevada sea, habrá mayor flujo de información; sin embargo, en Cali, al parecer, hay un estándar de velocidad de datos que resulta limitado para algunas actividades que la Fundación Casa Occio quisiera desarrollar con su canal de televisión. En una visita a una de las empresas

prestadoras del servicio de Internet en la ciudad les indicaron que no podían subir la velocidad de transferencia de información (a una banda ancha mayor de 4 Mb¹⁹⁷) pues, como intuye Marcela, “el cableado de la ciudad no estaría para recibir más y hasta tocaría cambiar el sistema de cables”.

Las webs de la Casa

En la red social Facebook, la organización tiene un perfil, un grupo y una página oficial¹⁹⁸ llamada OccioTV/Vlog & WebTV. También posee cuentas en Twitter¹⁹⁹; además de un canal en la plataforma de YouTube para subir y compartir videos²⁰⁰, un canal de transmisión vía *streaming* tanto en el portal Livestream como en Ustream²⁰¹. Además, cuenta con dos blogs. Esos son:

- www.casaoccio.blogspot.com: es el blog de la organización. Su eslogan es “historias de casa”. Inició sus publicaciones en agosto de 2008. Ahí se puede encontrar información textual, en imagen y video, sobre las actividades de la ciudad de Cali en el campo audiovisual. Hasta junio de 2010, el archivo del blog registró 47 publicaciones.
- www.occiotv.blogspot.com: es el *vlog* donde se aloja la programación del canal de televisión que transmite contenidos en vivo. También se creó desde agosto 2008. La diferencia con el anterior es que desde esta dirección electrónica se hacen las transmisiones vía *streaming*, en vivo y en directo (haciendo

¹⁹⁷ Esto es, una velocidad de descarga de 4.096 Kbps y una velocidad de carga de 1.024 Kbps. Este dato se obtuvo en abril de 2010 y es posible que estas velocidades hayan sido superadas para la fecha de publicación de este libro.

¹⁹⁸ Disponible en: www.facebook.com/casaoccio y www.facebook.com/occioTV.

¹⁹⁹ Disponible en Twitter: @occioTV y @casaOCCIO.

²⁰⁰ Disponible en: www.youtube.com/user/occiotv.

²⁰¹ Disponible en: www.livestream.com/canalocciotv y www.ustream.tv/user/occiotv.

enlace a la vez con las plataformas Ustream y Livestream). Este *vlog* tiene enlaces a sus propias cuentas en Twitter, Facebook y Google Friend, asó como a sus videos publicados, enlazados, en sus canales de YouTube, Vimeo o Livestream. También encontramos varias secciones con links a otras páginas web. El total de videos publicados en este *vlog* fue de 135 (47 de estos colgados en 2008, 74 en 2009 y 14 hasta la fecha en que se escribió este estudio de caso). Cuenta con algunas secciones o subpáginas:

- *Converciando*: se trata de conversatorios registrados en diversos eventos en la ciudad de Cali que los programas fueron transmitidos en vivo. Un ejemplo de esto fue el Conversatorio Caliwood en el Festival Internacional de Cine de Cali, 2009.
- *Entrevistas*: realizadas a personas del campo audiovisual local, nacional e internacional que son llevados al set²⁰² del canal o que tuvieron lugar en el evento donde se encontraba el invitado. También fueron emitidas en vivo.
- *Notas*: videos pregrabados que se hacen en el canal como un *vox pop* sobre el Festival Internacional de Cine de Cali.

En relación a su canales en YouTube, Livestream y Ustream, estos presentan características similares entre sí, entre las que se cuentan un cajón de video principal; tienen la opción de compartir los videos (*share*), bien sea mediante redes sociales, correo electrónico, URL o por la función de *embed*²⁰³, y un archivo con todos los videos publicados. Los canales en Livestream y Ustream tienen un chat para interactuar con los seguidores de las transmisiones; sin embargo, YouTube tiene un módulo llamado Actividad Reciente y otro más para dejar comentarios. Tanto el canal de Livestream como el de Ustream tienen publicidad externa en diferentes partes de la página.

²⁰² El set del canal está situado en el balcón de la sede de la organización, tiene una mesa, dos sillas blancas y un pendón. Las condiciones de luz son naturales, sin apoyos de luces artificiales.

²⁰³ Significa incrustar/enlazar el video que está en la plataforma actual (por ejemplo, YouTube) en otra plataforma (por ejemplo, Facebook).

Tejiendo redes de amigos

Hace algunos años el proyecto de la Casa Occio era un *sueño* para sus fundadores y hoy sienten que se ha consolidado por el aporte que han hecho al campo audiovisual de Cali con la promoción de las herramientas Web 2.0, con un ingrediente adicional: la creación de redes de amigos:

La vanguardia que se hizo en Cali con Caliwood solamente pasa en regiones como esta porque el caleño tiene una facilidad de expresarse única, facilidad para hacerse amigo del otro. Y eso fue bien aprovechado en el sentido que Caliwood juntó a un montón de genios y estos se encargaron de crear lazos fuertes de amistad. Las producciones audiovisuales se quebrantan bajo los problemas más insignificantes del mundo, por celos, envidias y egos. Entonces la única forma de crear esa vanguardia es con la amistad²⁰⁴.

Para los miembros de Casa Occio la creación de lazos de amistad en su trabajo es importante pues contar con un amigo para cada etapa posibilita alianzas estratégicas para proyectos, ya sea en lo institucional o en lo comunitario; de ahí que la organización se proyecte, como dice Marcela, “un centro magnético de oportunidades. Lo que se sueña es ser una fuente inagotable de trabajo para todo el mundo. Entonces si es comercial que sea comercial, si es de proceso que sea de proceso; la idea es crear esa red de amigos y de productoras audiovisuales para que rotemos trabajo”.

En la sede de Casa Occio, apunta Milton, hay espacio para todos esos amigos que van llegando y viendo la posibilidad de quedarse a trabajar, e incluso de vivir ahí. La llegada de los diferentes “parches” a la Casa abre una serie de puertas a nuevos conocimientos y posibilidades de trabajo en diferentes campos de la cultura. “La casa va creciendo como crece una familia”, afirma Marcela, y no solo por-

²⁰⁴ Testimonio de Milton Trujillo en video realizado por Mil Minutos Web Show. Disponible en: www.youtube.com/watch?v=pEfV4qCkGns&feature=player_embedded#at=48.

que se va poblando sino porque se va configurando una red de amigos que trabajan en el espectro de la vida cultural, artística y educativa de la ciudad de Cali:

Se han generado ciertas alianzas estratégicas con colectivos que están por fuera de la Casa, como con Tikal Producciones o Cine Pa'l Barrio, gente completamente empoderada en el tema de producción audiovisual en la ladera de Cali y en el Distrito de Aguablanca. Hacemos cosas juntos. Entonces esto nos hace cada vez más fuertes; cada uno es capaz de asumir nuevos riesgos porque cuenta con el respaldo no solo de la gente que hace parte de Casa Occio, sino de toda la gente que está alrededor y entonces se crea una dinámica interesante. El objetivo inicial era ser amigos y efectivamente eso es lo que hace todo más bonito, que somos amigos. Entre todos somos amigos. No queríamos caer en esa competencia que existe entre los realizadores y directores; de pronto porque el enfoque de esto es más “pop” —como lo llamamos— porque es producción audiovisual popular. “Pop” viene de popular. Tenemos otro enfoque, entonces eso hace la claridad de que juntos hacemos más cosas. Y todo lo que haga Tikal o Cine Pa'l Barrio es un evento nuestro y todos nos apoyamos (Marcela).

Casa Occio acoge a otras organizaciones para compartir no solo los gastos de la vivienda, sino para crear proyectos juntos. Así, en este lugar operan cuatro colectivos más:

- Consultorio de diseño El Cartel (diseño gráfico).
- Colectivo Mejoda (audiovisuales).
- La Ficha Comunica (investigación en comunicación).
- Waira Music (producción musical).

Precisamente esa red de amigos, de colectivos de diferentes campos, permite que la organización pueda ofrecer varios servicios desde una visión integral: la investigación, la producción, la música, la puesta en escena, la exhibición, etc. O como señala Marcela: “Orbitan, sin

querer queriendo, todas las artes afines al audiovisual. Entonces la idea es poder articularlos a todos. Hay gente muy pila; es gente amiga y pues los amigos son los únicos que en algún momento pueden, de verdad, superar cualquier obstáculo del camino, respirar y seguir adelante”.

Además, la sede de Casa Occio es el lugar de paso de mucha gente; no es solo un sitio de trabajo, un conjunto de oficinas, sino un espacio para el *encuentro*. Ubicada en el barrio Miraflores, zona semicentral de la ciudad, muchos “parches” van a hacer reuniones, a conversar en el balcón mirando la ladera de Siloé que queda se divisa desde la casa o a compartir un café. Milton indica que el promedio diario de personas que entra y sale de la Casa está entre ocho y diez: quien viene a conversar encuentra a alguien para hacerlo y si no se sienta a jugar *Play Station*. Lo que caracteriza este espacio es que se trata de un lugar construido por los amigos, con los amigos y para los amigos. Es así como, según Milton, se percibe un sentido de solidaridad en esa red:

Nosotros estamos tratando de que no sea lo mismo porque de lo mismo ya tenemos bastante. Lo que nosotros creemos es que sí se pueden hacer amigos, amigos, amigos, amigos. ¡Esa es la vuelta! Cuando tengamos algún apuro, el único que nos va a sacar del apuro es el amigo. Nosotros necesitamos amigos; esta casa solamente puede ser real con amigos y ha sido real con ellos. Empezamos pagando seiscientos mil pesos de arriendo. Un mes no teníamos. Decíamos: “¿me prestas trescientos mil? Y te los pago en quince días”, y en quince días teníamos un trabajo con el que podíamos pagar. Muchos momentos críticos de la Casa los pudimos pasar por los amigos.

El trabajo audiovisual desarrollado por Casa Occio se podría describir como colaborativo: se propone generar conexiones, acercar, facilitar, complementar, apoyar. La organización estimula un trabajo que evita las apuestas personales para que, como dice Milton, prevalezca menos el ego y más la estrategia: “Si por ejemplo nos salió un video y hay que hacer unas cosas del Distrito, el camarógrafo sería Beto de Cine Pa’l Barrio. Porque el sueño de nosotros es generar trabajo; o sea, que todo

no quede en la Casa”, agrega Marcela, quien también indica que casi nunca ha tenido que ir a vender los servicios de la organización; los trabajos han llegado a la Casa Occio por lo que ella llama “ley divina” pues cree que “un video trae otro”:

Lo que más gusta a la gente por afuera de la Casa Occio es la sensibilidad que tenemos para contar una historia. Bien sea que edite Vladimir, que edite Milton, sea quien sea el que edite, su responsabilidad social es tal que eso se vuelve como un documental. Cualquier proceso, contándolo con imágenes, es una cosa que documenta completamente todo el proceso. Por eso la gente tal vez diga: “Si usted quiere que le cuenten algo con sentido social, búsquelos a ellos”.

En el campo audiovisual local, la organización identifica una dificultad común en todos los colectivos: el manejo administrativo. La realización de presupuestos, los trámites de contratos, los manejos de cuentas bancarias, etc., son actividades que despiertan poco interés en la mayoría de personas del campo, en parte, debido a que resulta más atractivo el trabajo creativo que el operativo. Marcela cuenta que los “creativos” en audiovisuales le dicen: “Los números no tienen nada que hacer conmigo”. El rechazo o poca atención a estos aspectos suelen generar muchos obstáculos en los procesos de producción: “Ese es el hoyo soplador. Todos tienen un despelote financiero; entonces la plata entra para acá, pero está tapando huecos de por allá. En ningún lado llevan esa bitácora de que entró tanta plata y que con esta plata se tapó un hueco; luego entró la plata de ese hueco y la usó pa’ otra cosa y al final siempre tienen deudas”, afirma Marcela.

Dentro de la Casa

Desde que alquilaron la actual sede de la Fundación, empezaron a pagar los gastos con “lo que sabe hacer la Casa”, dice Marcela, aunque el flujo de trabajo está aún determinado por los proyectos internos o externos que proveen recursos. En esta organización no hay un salario fijo para nadie y la modalidad de trabajo por proyecto no es continua.

En principio, relata Marcela, los gastos se han pagado “del bolsillo” de todos o algunos de los miembros de la organización, incluso haciendo “vacas” para pagar el agua, la energía, los trámites administrativos, entre otros. “El grupo sigue trabajando en los proyectos propios de la Casa Occio pero la mayoría ha tenido otros empleos para sostenerse con el argumento de sobrevivir”, afirma Rubén. No obstante, desde hace tres años Milton y Marcela se dedican en forma exclusiva a las actividades de la Fundación: “Estamos de lleno y de lleno es contra todo, contra viento y marea, hasta de nuestra propia plata mantener esta casa, porque esta casa vale su plata mensual. Porque los otros socios tienen hijos y eso hace que tengan otras necesidades y, aquí, al no haber una estabilidad de proyectos constantes tienen que buscar cosas por otro lado”. Rubén indica que precisamente los trabajos paralelos no le han permitido concentrarse y dedicarse tiempo completo a las actividades de Casa Occio, situación que él lamenta pues siente que hacer parte de la organización “es definitivo, definitivo”; él cuenta que sus otras opciones laborales no le satisfacen ya que siendo empleado no logra desarrollarse plenamente ni en el aspecto profesional ni personal. Antes que un trabajo, hacer parte de Casa Occio es tener proyecto de vida allí. Y como Milton dice: “Aquí nosotros no estamos trabajando, estamos haciendo lo que nos gusta”.

La diversidad de actividades de la Fundación no se reduce a los productos audiovisuales para los que son contratados, sino que se amplía a proyectos propios que movilizan a los miembros de Casa Occio hacia la difusión del acontecer audiovisual local y hacia la apropiación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Para Marcela, dentro de la organización nunca se dice qué hacer sino que se está inventando todo. Trabajan por competencias: ella se encarga de la parte presupuestal y administrativa; Milton trabaja con las herramientas tecnológicas; Vladimir se hace cargo de la presentación de proyectos; Rubén de la parte de investigación y, Carolina de las relaciones públicas y de producción. No obstante, reconocen una falencia en este modelo pues, si alguno falta quedaría un vacío; por ejemplo, en lo contable solo Marcela “es la que sabe de números”, dice

Miltón. Por eso, dentro de Casa Occio existe la necesidad de rotar los saberes, sobre todo, en lo relativo a la transmisión vía Internet²⁰⁵.

En las labores audiovisuales, en los procesos de producción y realización, se comparte mayor número de tareas: “Todos graban, todos montan, todos editan, todos tienen la misma línea a la hora de editar pero a la hora de hablar de un énfasis cada uno lo tiene: si Vladimir se pudiera dedicar solo a guionizar, estaría feliz y asimismo Rubén a la investigación y Milton con su tema web. Ser *todero* es súper agotador pero todos saben hacer de todo”, relata Marcela. A pesar de que exista una división en el trabajo, se puede percibir Casa lo hacen con complicidad, buscando horizontalidad en las relaciones y desde un pensamiento en común:

Aquí, si algo falla no es para decir “tú tienes la culpa”, sino para decir “solucionémoslo”. Al director le puede llegar la señora de los tintos y decirle: “Uy, mirá, a mí me parece tal cosa”; y el director recibe y el guionista recibe; todo el mundo recibe la opinión de todo el mundo y se construye así. Aquí, por ejemplo, no hay competencia y si la hay pues ni se siente porque cada uno está como en lo suyo. No es la competencia de que soy el mejor director, soy el mejor guionista o el mejor montajista; no, aquí eso vale hongo. Aquí lo que vale es que hagamos cosas buenas: los productos audiovisuales deben servir para sensibilizar, para educar, para pensar; no que lo veás y ya, sino que te dejen como mínimo una pregunta. Es una vaina intrínseca en todos porque todos soñamos con que esta vaina cambie, de una u otra forma. Y si nuestro arte es algo tan masivo, pues que sirva para transformar conciencias. Porque el ejemplo es la única cosa que de verdad puede calar en cualquier persona; ser consecuente con lo que se habla, con lo que se piensa, y ese es un trabajo por el que se esmera cada uno de los que están acá: ser consecuente y tener conciencia con las cosas que hace y dice (Marcela).

²⁰⁵ Además de Milton, solo Rubén sabe transmitir vía *streaming*.

Autorías colectivas, colaborativas e interactivas

Partiendo de lo que posibilita la Web 2.0, la organización Casa Occio atribuye a las nuevas tecnologías de la comunicación una función democratizadora del conocimiento. Para sus miembros, la comunicación surge de cada persona y no de una sola fuente de producción y difusión: “Ya es hora de que las nuevas técnicas y las nuevas estéticas lleguen a los colectivos para que puedan acceder a la tecnología y producir materiales propios de contenidos diferentes que rescaten al audiovisual de esa homogenización que existe tanto en contenido y forma”²⁰⁶. El “rescate” al que alude Milton está relacionado con el ánimo de Casa Occio de trascender el paradigma de la comunicación en el cual hay uno o pocos núcleos de producción/difusión de contenidos: “Hay una construcción de la realidad que nos la hace, nos la entrega los medios. La realidad que hace un periodista que no vive en ese barrio y la muestra como si fuera una ‘Ciudad de Dios’, pero desde adentro es otra cosa”²⁰⁷. De acuerdo a lo anterior, se puede deducir que para la organización, los medios hegemónicos presentan una visión “limitada” de lo que acontece y deja en evidencia su perspectiva reduccionista de la “realidad”.

La *brecha digital*, en un país como Colombia, se ensancha pues no somos productores de hardware y escasamente de software, pero según los miembros de Casa Occio, una manera de reducir la brecha consistiría en la producción de contenidos propios en la web por medio de las herramientas de la Web 2.0; Rubén comenta que esto es lo que “se le chispotió al sistema”, ya que para él todas las aplicaciones de la Web 2.0 permiten hacer “lo propio y volverlo masivo y, lo masivo no niega lo propio”. Es por medio de esta posibilidad que se están propiciando nuevas dinámicas para acceder a los medios de producción simbólica. La capacidad de mostrar “lo propio”, de expresar, de

²⁰⁶ Testimonio de Milton en la reseña de Iniciativas del Proyecto de Industrias Culturales. Disponible en: www.industriasculturalescali.com/Iniciativas/Paginas/CasaOCCIO.aspx.

²⁰⁷ Testimonio de Milton en Mil Minutos Web Show. Disponible en: www.youtube.com/watch?v=pEfV4qCkGns&feature=player_embedded#at=48.

elaborar contenidos que no serían emitidos por los *mass media*, aporta a cerrar la brecha. Se trata de una autoría colectiva, colaborativa e interactiva entre los usuarios de la red: colectiva en la medida en que no hay un solo centro de producción de contenidos; colaborativa porque hay aportes de contenido de todo aquel que quiera hacerlo; e interactiva debido a la posibilidad de intercambio y flujo de información. Para Casa Occio el modelo de comunicación no está enfocado ni en el medio ni en el mensaje, sino en *quien* lo produce.

Las nuevas herramientas de la web “están para empoderar”, como apunta Rubén, pues en la medida en que haya igualdad de condiciones para producir y difundir mensajes, la sociedad civil puede construir un horizonte de significados que aporta al cambio social al mostrar lo invisibilizado, al nombrar lo silenciado. Y Rubén complementa:

En esas pantallas debe circular la propio, o sea, la media, que es una expresión que nuestro profesor Julián Tenorio usó en un evento cuando le pidieron que explicara qué era la televisión comunitaria: resulta que Julián se sacó la media del zapato y dijo: “esto es, lo que no se ve”. Entonces hay algo que no se ve y nosotros lo vemos todos los días. Y todo eso cabe en una posibilidad libre, en una pantalla libre.

En esa pantalla “libre”, la relación entre comunicación y educación es importante para lograr el empoderamiento. A propósito, Marcela comenta:

El papel, la plana, la escritura, están cambiando. A los jóvenes podrías darles mejores directrices por las redes sociales que por el aula de clases; esa es la claridad que se tiene, o sea, lo virtual, sea Internet, sea televisión, sea lo que sea, es lo que tiene relación más directa con la educación ahora. El audiovisual, como quiera que sea la forma, es una herramienta para educar. Pero los que están haciendo la televisión realmente no la están haciendo para educar. Entonces el interés siempre ha sido la comunidad y que esta aprenda a hacer sus propias comunicaciones.

Hay un interés de los miembros de la Casa Occio por ser agentes de capacitación de las herramientas Web 2.0 y de lenguajes audiovisuales, ya que desde su perspectiva es posible ayudar a construir procesos de transformación social mediante la producción/difusión de “lo propio”, y en estos procesos el papel de la imagen es determinante pues, según Marcela, “la imagen es reconocimiento, el reconocimiento de las personas, de las situaciones, de la ciudad, de la historia; poder vernos, contarnos, educarnos. Y se genera en la comunidad un reconocimiento de quién es, qué somos, cómo estamos. La imagen perpetua la historia como quiera que sea contada”. Además, en la organización están convencidos de que “la imagen resuelve cosas. El documental resuelve preguntas. ¿Por qué las resuelve? Porque pone realidades en escena. Si un problema de una sociedad se pone en audiovisual, entonces es posible que se resuelva desde una comunidad, un barrio. ¿Cuál es el problema que nos aqueja? ¿Cuál es el aquí y el ahora? Eso es algo que llega a resolverse políticamente”, afirma Rubén.

Las actividades de producción, circulación y recepción de contenidos propios aportan a engrosar la densidad comunicativa de una sociedad en la que un ciudadano común y corriente es consumidor y a la vez es productor y emisor. La triada recepción-producción-emisión de la web genera procesos comunicativos en varias vías, con la posibilidad de interactuar con los usuarios, hacer creación/difusión colectiva.

Una producción audiovisual diversa

El conjunto de materiales audiovisuales de la organización muestra un alto volumen de producción de videos llamados institucionales, los cuales son piezas con un discurso expositivo que describen y promocionan el trabajo desarrollado por quien ha solicitado el servicio. Este es el caso de los videos hechos por Casa Occio para instituciones como Cooperativa Cooprocenva, Escuela Nacional del Deporte, Caracol Radio, Centro de Capacitación Don Bosco, Fundación La Tarumba, entre otras. Este tipo de producciones responden a las demandas del cliente; tienen una duración promedio de quince minutos; las imágenes cumplen la función de ilustrar lo expresado en los testimo-

nios de los entrevistados o en la narración en *off*; y la música no tiene una función dramática, sino decorativa.

Existe otro conjunto que resulta del registro de proyectos de intervención social realizados por fundaciones, agencias internacionales de cooperación o entidades estatales. Este tipo de videos hacen parte de los informes de ejecución de estos proyectos que ellos nombran como videos de “sensibilización”. Utilizan la voz en *off* de un narrador y con un discurso expositivo relatan objetivos, dificultades, logros y percepciones de las actividades de dichos proyectos. Podemos indicar la existencia de videos sobre la Red de Bibliotecas Públicas de la ciudad de Cali, Comfandi, Fundación FES, Fundación Taller Abierto, Fundamor, entre otros.

Se trata de visibilizar proyectos. A pesar de que sea un cliente, digámoslo, es otro tipo de producción: es hacer parte del proceso, juntarse con la comunidad. Por ejemplo, ahora le estamos haciendo un video a la WWF; viajamos al Putumayo, nos encontramos con las comunidades indígenas y campesinas; nos metimos en el proyecto, hicimos una retroalimentación, ellos nos hablan de lo que hacen y nosotros estamos acompañando el proyecto. Con la realización de estos videos queremos quitarle a la gente esa idea de que los medios son una cosa allá (Marcela).

En el mismo espíritu de aportar a la formación de los televidentes, la Fundación Casa Occio participó en un proyecto de formación en recepción crítica de la Comisión Nacional de Televisión que se hizo en convenio con la Universidad Santiago de Cali. Para este proyecto titulado Mirando como Miramos, Multiplicando Televidentes Críticos, Casa Occio produjo un “video-cartilla” que desarrolla un formato didáctico.

La organización ha realizado algunos documentales²⁰⁸ aunque su fortaleza está en el formato televisivo. *Minga, el camino de la pala-*

²⁰⁸ Existe un documental en el cual participó Casa Occio llamado *La propiedad del conocimiento*. En este se relatan cuatro casos de resistencia ante la privatización de patentes; uno de esos casos sucede en nuestro país, en el departamento del Putumayo, donde hay polémica sobre la patente del Yagé como planta medicinal. Casa Occio hizo la producción de campo en Colombia. Fue producido por la Fundación Villa del Cine (Venezuela, 2007).

*bra*²⁰⁹, es un documental con una duración de 26 minutos que hace el acompañamiento audiovisual a la marcha indígena que atravesó el país en octubre de 2008, en el desarrollo de la Minga por la Vida, la Dignidad y la Resistencia. El video da la palabra a voces de autoridad indígena como Aída Quilqué y Feliciano Valencia. Este documental surge por la cercanía de Milton con las problemáticas indígenas del Cauca cuando fue reportero del canal TeleSur; se puede percibir en Casa Occio solidaridad con las luchas de los indígenas y, a propósito de la coyuntura de la marcha, registró el suceso. Otro documental producido por la organización es *Lila*²¹⁰, cuya duración de 23 minutos presenta las condiciones y las necesidades de mujeres en situación de pobreza que padecen VIH/Sida; relata la historia de la Asociación Lila Mujer y su fundadora, Yaneth Valencia. Para los miembros de la Fundación, este documental presenta una visión diferente sobre la problemática alrededor de esta enfermedad porque, como comenta Milton, “la gente no se muere de Sida, se muere es de hambre”.

Con respecto a la producción del canal de televisión Occio TV, en este se transmite la actividad relacionada con el audiovisual de Cali. La ciudad manifiesta un quehacer videográfico y cinéfilo que se materializa en la proliferación de documentales, largometrajes y cortometrajes desde productoras locales y de centros educativos, así como en la programación permanente de cineclubes, festivales y muestras. La mayor parte de la producción del canal está asociada a estos eventos, por ejemplo:

- Lanzamiento III Festival Internacional de Cine de Toro, 2010.
- Celebración del Día del Internet, 2010.

²⁰⁹ Una coproducción de Casa Occio y Primeras Voces Cooperativa Audiovisual (Venezuela). Emitido por el canal TeleSur en 2009. Recibió Mención de Honor en el V Festival Internacional de Cine de Pasto y fue nominado en el XXVI Festival Internacional de Cine de Bogotá, el V Festival de Cine Latinoamericano y Caribeño de Finlandia, y en el II Encuentro Documental Comunitario La Imagen de los Pueblos, en Ecuador.

²¹⁰ Una producción de la Casa Occio con el apoyo de la Asociación Lila Mujer, Universidad Icesi y el Colectivo Cine Pa'l Barrio (Cali, diciembre de 2009).

- I y II Festival Internacional de Cine de Cali, 2009 y 2010
- II y III Festival Nacional de Cine y Video Comunitario, 2009 y 2010.
- Transmisión, en conjunto con el Ministerio de Cultura, de la Tercera Conferencia Internacional de Propiedad Intelectual e Industrias Creativas, 2010
- Conferencias del Plan Decenal de Cultura de Cali, 2010.

Cabe anotar que la organización no solo hace presencia en los eventos para registrarlos, sino que hace alianzas con otras organizaciones para participar como coordinadores de actividades dentro de, por ejemplo, el Festival Internacional de Cine de Cali o el Festival de Cine y Video Comunitario. Uno de los proyectos que ha ido consolidando Casa Occio es la organización de Día del Internet en la ciudad de Cali:

Hoy por hoy es necesario entregarle a la ciudad un espacio público legítimo de participación que fomente no solo el conocimiento sobre las TIC sino también la apropiación de las mismas como herramientas claves para el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos a nivel individual y colectivo. En ese sentido, el Día Mundial del Internet es una iniciativa global incluyente, que se realiza el 17 de mayo en más de treinta países simultáneamente, y que desde sus inicios ha tenido como filosofía resaltar los esfuerzos y rendir un homenaje a las naciones y comunidades que han impulsado el derecho a la información a través de las TIC, convirtiendo esta celebración en una responsabilidad pública y en un tema de agenda para los gobiernos, puesto que la sociedad actual y progresista ha reconocido que las TIC han cambiado en las comunidades su forma de vivir, actuar, pensar, trabajar y educar²¹¹.

²¹¹ Extracto del documento interno de la organización Evento DDI General (Archivo digital en Word, 2010).

El Día del Internet en su versión de 2010 se organizó con la alianza de once organizaciones locales (El Cartel, Ciudad Futura, Concultura, La Ficha Comunica, Delm Cali, Amazonas Brand, Mundo Anfibio, Jóvenes Aptos, Bambú Media Pro y Mediux), el patrocinio de diecinueve empresas de Cali y el apoyo de instituciones como la Alcaldía de Cali, la Aecid, universidades y medios de comunicación²¹².

Los usuarios de las web

Por desarrollarse su trabajo en un entorno virtual, los receptores de los productos comunicativos de la Fundación Casa Occio, como ha indicado Marcela, son activos en tanto no están solo consumiendo información sino interactuando con esta. Los públicos de Internet tienen una función menos de espectadora y más de *usuario*. Lo que fomenta la mayoría de las aplicaciones Web 2.0 es que el usuario se afilie a la red social, por ejemplo, lo cual implica que confirme/solicite ser *parte de* (“amigo de” o “fan de”) para interactuar en la plataforma. Lo anterior crea una comunidad directa de *seguidores* de la organización y/o de sus contenidos. En palabras de Rubén, “hay instrumentos para saber que hay 466 personas que se dicen seguidoras del Canal Occio TV. ¡Que nos siguen! No sé la frecuencia pero me meto en el paradigma de que ‘nos siguen’. Pero esa relación con el público es una incertidumbre”.

Con respecto a la manera cómo se establece la red en Facebook, la característica en común es que el usuario suele responder a las solicitudes (ya sea de grupo, de amistad o de una página de fans) de manera positiva por medio de los botones ‘Unirse’, ‘Aceptar’ o ‘Me gusta’. Veamos los siguientes datos de los usuarios afiliados a las redes de la organización en Facebook²¹³:

- Perfil de Casa Occio: 1.082 amigos
- Grupo Casa Occio: 579 miembros
- Página producto y servicio OccioTV/Vlog & WebTV: 720 fans

²¹² Para mayor información, véase: www.diadeinternetcali.org.

²¹³ Todos los datos proporcionados corresponden al 23 de noviembre de 2010.

Sobre la actividad de la organización en Twitter, la relación se establece con los seguidores de cada persona/entidad en la medida en genera un *tweet*²¹⁴; Occio TV ha tuiteado 1.464 veces y cuenta con 538 seguidores.

En los blogs y *vlogs* existe una manera de establecer contacto con los usuarios por medio de módulos de comentarios, localizados debajo de cada uno de los textos/videos publicados. En Facebook también existe un módulo para comentar lo que se publica; también dispone de un chat y los botones ‘Me gusta’ y ‘Compartir’. Más allá de los datos cuantitativos sobre los usuarios que forman parte de las redes de Casa Occio, sería en este tipo de acciones (comentar, compartir y afirmar ‘Me gusta’ algo que publicó) donde quedaría en evidencia que más allá de la circulación de información, hay interacción con esta.

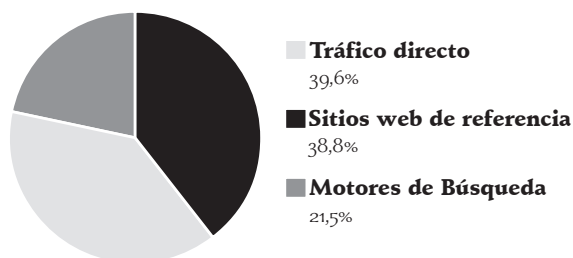
Ahora bien, con respecto a las transmisiones vía *streaming*, se utiliza el término “pico” para el registro de personas que están viendo la transmisión: “Con la conferencia de propiedad intelectual, los picos han dado 17 ó 18 personas o pantallas que están con nosotros en la transmisión, pero uno no sabe si es la ventana que estén viendo; ahí también hay incertidumbre. El pico más alto fue en lo de Industrias del Conocimiento que hicimos enlace con Mincultura, y llegamos casi a ocho mil. Esos son los nuevos públicos”, cuenta Rubén.

Existe una serie de herramientas estadísticas que permite hacer mediciones cuantitativas (Google Analytics es una de ellas) acerca del número de personas que visita las páginas web y cómo llegan a estas (tráfico de usuarios²¹⁵). A continuación, vemos datos sobre el tráfico de visitas al blog www.occiotv.blogspot.com; nótese que el mayor porcentaje indica que los usuarios llegan a la página de forma directa y el porcentaje menor por medio de motores de búsqueda (como Google, por ejemplo).

²¹⁴ Un *tweet* es una frase que responde a la pregunta ¿Qué está pasando? en el perfil de cada en la red de seguidores en Twitter. Solo puede tener 140 caracteres.

²¹⁵ En el blog del canal Occio TV esto se puede ver en el apartado Live Traffic Feed.

Visión general de las fuentes de tráfico



Fuente: Fundación Casa Occio

El canal de Occio TV en la plataforma YouTube reporta 63 suscriptores y se pueden encontrar los siguientes datos con respecto a la actividad general del canal:

- Reproducciones del canal: 1.017
- Reproducciones totales de videos subidos a la red: 20.475

El canal de Ustream no tiene la función de suscriptores pero sí la de seguidores y para el caso del Canal Occio TV en esta plataforma cuentan con solo cinco. Además, estos son los datos que proporciona la página del canal en este portal:

- Total visitas: 649
- Total horas de todos los videos: 7 días, 6 horas, 17 minutos

En el canal Occio TV/Televisión Libre, publicado en el portal Livestream, el único dato posible de rastrear con respecto a la actividad del mismo es el número de minutos vistos: 141,614 (*viewer minutes*).

La organización asume el audiovisual como herramienta fundamental para generar procesos sociales, aunque Marcela insiste en que uno de los grandes obstáculos para su desarrollo es la división que hay entre el cine y el audiovisual: “Puede que el cine nunca deje de ser esa

esfera por allá, altísima, pues todo el mundo sueña hacer cine y el audiovisual es como el hijo regañado; pero siento que ya el audiovisual está tomando otra importancia pues se ha convertido en una herramienta transversal en la construcción de procesos, de ciudad. El cine ya no es el papá de todos”.

En ese sentido, según Marcela, Casa Occio se ha pensado como un referente del audiovisual en Cali pues “así queremos que nos vean, así queremos que nos reconozcan”. Por su parte, Milton piensa que en Cali debería haber una evolución, tener “cine popular” y “montar un Dogma o algo así”, pues precisamente las dinámicas de los colectivos se verán mediadas por su capacidad para apoyarse mutuamente, de construir alianzas y generar proyectos juntos que permitan evolucionar la manera de hacer audiovisual en la ciudad. Esta intención se ha querido materializar en actividades del Festival Internacional de Cine de Cali²¹⁶, de ahí que la organización junto a otras haya presentado el proyecto de la Escuela de Cine Popular que consistiría en brindar talleres de formación para producir cortometrajes en diferentes barrios de la ciudad, a fin de que estos se conviertan en un producto propio del festival y, a su vez, hagan parte de su programación. No obstante, esto no se ha podido concretar debido a la falta de recursos y voluntad política local.

²¹⁶ Milton Trujillo, en nombre de Casa Occio, es el representante de los colectivos audiovisuales de la ciudad en uno de los comités de dicho festival.

La Fundación Mujer, Arte y Vida (MAVI) es una organización que desarrolla estrategias de comunicación, educación e información para el fortalecimiento de redes, colectivos, procesos comunitarios y educativos, con una perspectiva de género. Usa el audiovisual y otras tecnologías de la comunicación para registrar, denunciar, expresar y movilizar en torno a los intereses del movimiento social de mujeres en Colombia: derechos humanos, sexuales y reproductivos, no violencia, participación ciudadana y promoción de la salud, entre otros. Está localizada en la capital del Valle del Cauca, Cali, donde tuvo lugar un proceso participativo para la creación de una Política Pública para la Equidad de Género y la Igualdad de Oportunidades para las Mujeres de este municipio; la Fundación participó en esa experiencia.

El camino del feminismo es el de la incertidumbre

En el año 1996 un grupo amigas se reunió para desarrollar un proyecto editorial:

No sabemos qué fue primero pero tengo la impresión de que todo inició en una mesa de café: la política, el amor, la risa, los encuentros, las huidas, las ganas de estar juntas y como un pretexto para querernos más: *Agenda Mujer*, que ha sido el norte de nuestra compañía. La Agenda es sobre todo conversación: en soliloquio o en colectivo, en proceso y en ciclo, en silencio y en algarabía; una conversación sobre nuestras pequeñas historias y el devenir humano que evidencian nuestros prejuicios, nuestros miedos, nuestras soledades, que nos dispone al camino, al ritmo de nuestras propias

²¹⁷ La investigación que da soporte a estas notas y su redacción estuvieron a cargo de Gerylee Polanco Uribe. Este ejercicio se llevó a cabo durante el primer semestre de 2010, por lo que se comprenderá que no dé cuenta de las transformaciones ocurridas en la organización desde entonces.

cojeras y que nos ha permitido en relámpagos de dicha y entusiasmo, mirar por un instante un rostro auténtico de cada una²¹⁸.

La *Agenda Mujer* es una agenda-libro que por medio de una compilación de escritos, poemas, ilustraciones y fotografías recupera el saber de las mujeres y recrea el imaginario de lo femenino. Clara Charria, Gloria Velasco, María Cecilia Paz y Adalgiza Charria (integrantes de la Fundación) junto a otras tres amigas más dieron vida a esta publicación. En ese momento, dice Gloria, no había sospecha de que también terminarían juntas constituyendo la Fundación Mujer, Arte y Vida (MAVI). La agenda es un producto autosostenible con una trayectoria de quince años. Ha sido el espacio para que sus visiones del feminismo se difundan y puedan mostrar sus reflexiones sobre lo personal. Adalgiza afirma que esa iniciativa ha sido una forma de hacer memoria:

Nuestros procesos personales son comunes y corrientes, y expresan los de otras mujeres. Porque una tiene problemas en el amor, ¿cómo vivimos el amor o la soledad, el cuerpo, el consumo, el empleo, la relación con el dinero, la relación con el planeta, nuestros miedos, nuestras angustias, nuestras incoherencias? Todo eso que son las vidas. Entonces hicimos unos talleres de escritura; no pretendemos aquí ser ni escritoras ni poetisas pero sí, digamos, aspirábamos a una escritura honesta en el sentido de que consulte la profundidad de cada quien, sin mayores pretensiones ni estándares de los cánones de qué es bueno, qué es malo. A nosotras nos parece que la escritura tiene que acceder a todas las mujeres. Si logramos decir lo que tenemos que decir, es suficiente.

Para ellas, la agenda se convirtió en el espacio que les permitió “decir lo que tienen que decir” desde su condición de mujeres, en una so-

²¹⁸ Extracto del documento La quimera: vida y cotidianidad como “obra de arte” en la experiencia institucional de la Fundación MAVI. Disponible en formato PDF, véase: www.vamosmujer.org.co/efemerides/SOSTENIBILIDAD_ponenc gloria_velasco.pdf.

ciudad que históricamente las ha excluido de campos como el político o el artístico. Fue en 1999 cuando a este proyecto editorial se sumaron otros intereses, como escribió Gloria:

Teníamos unas pocas pero sentidísimas certezas: no nos gustaba este mundo ni su lógica mercantil y maniquea. No nos gustaba esta ideología que no permitía holgura a nuestros deseos. No queríamos trabajos que nos hicieran huir de nosotras mismas. Podíamos juntar nuestras diversidades, nuestros expertismos, nuestras indignaciones, nuestras celebraciones, nuestras búsquedas comunes. Podíamos ser un equipo formal y empresarial, organización no gubernamental feminista, social y utópica, de inspiración personal y colectiva. Nos reunimos en agosto del año 1999 alrededor de una minuta copiada de notaría con el propósito de trabajar desde la comunicación social, la democracia, la salud, la paz, la equidad, y consolidar políticas desde las mujeres en estas áreas.

Estas cuatro amigas, Adalgiza, Clara, Gloria y María Cecilia²¹⁹, iniciaron “el camino de la incertidumbre”, como expresa Gloria. Hasta el momento han diseñado y ejecutado más de cincuenta proyectos en once años de existencia. En la actualidad, la organización ha ampliado su planta de personal permanente y cuenta con una secretaria, una pasante en comunicación social y una profesional, Jimena Bonilla, quien está a cargo del portal de MAVI: www.infogenero.net (el cual describiremos más adelante).

Todas las integrantes de MAVI han sido *militantes* del feminismo, de diferentes maneras y en distintos momentos de sus vidas. En la organización se entiende el feminismo como el proceso de confrontar la estructura patriarcal de la sociedad para lograr la igualdad de género y, así, intentar transformar el rol tradicionalmente atribuido a la mujer. Adalgiza recuerda que comenzó a percibir esa *estructura* en su propio hogar: “Desde el comedor de la casa se empieza a ver que hay algo injusto allí; en cómo se tramita el poder y las preferencias. Yo me acuerdo

²¹⁹ María Cecilia Paz se jubiló y ya no forma parte de la organización.

que hubo una crisis económica muy fuerte y mi papá dijo: ‘Si hay que darle estudio a alguien, será a tu hermano’. Entonces yo decía ¿por qué él y no yo? No era por méritos académicos ni nada, sino simplemente porque él era hombre”.

La influencia del feminismo en cada una de las integrantes las llevó a participar en trabajos relacionados con la defensa de los derechos de la mujer: Gloria hizo parte de la creación del Centro de Estudios de Género, Mujer y Sociedad en la Universidad del Valle (el primero en el país para el año 1993); Clara hizo parte de la Red Nacional de Mujeres que se formó para aportar al proceso de la nueva Constitución colombiana en 1991; Adalgiza participó como periodista en dos revistas publicadas por mujeres en la ciudad de Cali, *Cuéntame tu vida* (1978) y *La manzana de la discordia* (1980)²²⁰.

Durante sus estudios universitarios, Jimena y Adalgiza formaron parte de grupos de mujeres locales que replicaban los ejercicios de “autoconciencia”²²¹ (práctica de las llamadas feministas radicales): cada participante relataba las formas de opresión a las que ha sido o está sometida y las oyentes generaban una interpretación crítica de cada situación para proponerle formas de liberación; en estos grupos también se hacían lecturas de diversos materiales que proponen miradas distintas a las relaciones de género como la literatura de Simone de Beauvoir.

Hablábamos acerca de cómo hacer para proclamarnos sujetos de derecho, en especial, el derecho a decidir sobre nuestro propio cuerpo. Hablábamos de la libre opción a la maternidad, derechos sexuales y reproductivos, emancipación. Hablábamos de cuál era la relación que teníamos con la madre, con el novio, con el otro, con las otras. Hablábamos de cómo se nos había inoculado el pa-

²²⁰ La primera revista se publicó solo durante tres años; la segunda se editó durante los años ochenta y, después, en la década de los noventa tuvo un receso. Hacia 2006, el Centro de Estudios de Género, Mujer y Sociedad de la Universidad del Valle volvió a editar tres números más.

²²¹ Los ejercicios de autoconciencia (*consciousness raising*) surgen en el seno del grupo feminista New York Radical Women, en 1967.

triarcado, ¿en qué momento le hacíamos el juego?, si replicábamos las estructuras, entonces, ¿cómo no hacerlo? ¿cómo descolonarnos de ese lugar? (Jimena).

Siendo una organización liderada por mujeres y feministas, sus propósitos no podrían ser otros que los del feminismo pues, como dice Adalgiza, quieren “nada más y nada menos que cambiar el mundo”. Sin embargo, las apuestas de MAVI están focalizadas en el terreno de lo micro: la ciudad, la plaza, el barrio, la esquina, la sala de la casa, la cocina, el cuarto. Entonces, en correspondencia con las ideas del movimiento feminista, en los proyectos desarrollados por la Fundación es transversal la pregunta: “¿Qué tanto se está reproduciendo la lógica patriarcal o lógica de ‘centro’?”.

Para eso no hay una línea. No hay un *test* sino que hay que preguntárselo en cada momento porque el feminismo se inventa constantemente. No hay una brújula clara. Hay señuelos, hay luces, hay direcciones pero no hay caminos trazados. Una a veces va y se devuelve y dice: “Bueno, ¿estoy reproduciendo esquemas? ¿Estoy haciendo lógica de ‘centro’?”. Y no tenemos las respuestas ni siquiera, nos lo preguntamos y creemos que el hecho de preguntarnoslo nos hace a veces ensayar otras cosas, pero sin saber si lo estamos encontrando, sino que vamos allí probando. Es muy experimental este trabajo (Adalgiza).

La unión de las experiencias personales y las experticias de cada una de las integrantes en campos como la gestión de proyectos, el periodismo, la salud y la psicología, configura dentro de la organización una interdisciplinariedad que aporta al desarrollo de sus iniciativas; no obstante, lo que en el fondo las fortalece, según Adalgiza, “es que todas somos feministas”. El horizonte político parece claro: participar en procesos de resistencia a los códigos culturales machistas de una sociedad que ha limitado (y reducido) el papel de las mujeres; en MAVI se afirma que si bien desde hace algunas décadas hay una

cierta crisis del patriarcado, la lucha contra este no ha terminado; para ellas aún existe discriminación hacia la diversidad sexual, hay baja participación de mujeres en escenarios de decisión política, no existe equidad en el acceso a la educación y el empleo, persisten altos niveles de violencia hacia las mujeres en los hogares y en el contexto de guerra de nuestro país, etc.

Aunque MAVI comparte las ideas de lo que se ha llamado “feminismo de la igualdad”, el cual aboga por la equidad de derechos entre hombres y mujeres, dentro de la organización se insiste en que se debe ir más allá de esa búsqueda de igualdad, tal como explica Adalgiza:

A nosotros nos pulsa más el feminismo de la diferencia que buscar en profundidad qué es lo femenino; nos interesan las diosas, el proceso interno. ¿Cómo acomodamos los cuartos, cómo vivimos el día y cómo somos capaces de agradecer o no?. Nos interesan más las transformaciones culturales que las transformaciones políticas. No es una cosa o la otra, hay que hacer las dos, pero en nosotras la pulsión es más por el feminismo de la diferencia que, claramente, también se plantea estructuras para pensar de otra manera: Que la dirección no siempre es recta, que estamos un poco desacomodando el orden y no estamos en lo políticamente correcto siempre, sino que podemos arriesgar cosas.

La “pulsión” de pensar de otra manera hace que en la organización se propicie en un ejercicio permanente de confrontación con su trabajo, quizás para evitar colapsar, como relata Gloria, “en medio de informes, pago de impuestos, cronogramas, procesos sociales, coyuntura, actualidad, pertinencia y oportunidad política”. Por eso el trabajo en MAVI se hace en medio de “complicidades de trabajo que posibiliten encontrar maneras creativas para asumir los proyectos, aprendiendo de modo constante, retando las inercias, construyendo en forma colectiva, permitiéndose el asombro”, concluye Gloria. Las integrantes no asumen su compromiso laboral como en un empleo convencional:

Esta no es una organización de trabajo. No tenemos con esto una relación meramente laboral, sino que es el trabajo y la vida misma. Entonces uno de nuestros principios es la experimentación como opción de vida. Entonces nos equivocamos y nos podemos equivocar mucho, pero es equivocándose como uno aprende ¿sí me entendés? Y sí, la embarramos. ¡Ah! ¡Pues la embarramos! ¿Y qué hacemos? ¡Vamos a ver qué aprendemos de esto! Creo que la experimentación es un motor, es una luz para que la gente haga lo que crea que tenga que hacer.

Basada en lo experimental como premisa de su cotidianidad, en la Fundación MAVI ha surgido la necesidad de mantener un proceso de aprendizaje constante, sobre todo, en los asuntos administrativos, legales y contables, pues en la organización no contaban con ese tipo de experticias entre sus integrantes. Una de sus estrategias es trabajar en equipo teniendo en cuenta los procesos personales de cada una de las integrantes, procesos que tienen que ver con lo emocional y también con los ritmos de aprendizaje y la capacidad para asumir los errores. De ahí que sea importante generar confianza entre ellas para configurar un compromiso con los intereses del feminismo y el movimiento social de mujeres en Colombia. “Es una organización horizontal; aquí por ejemplo no hay directora, no hay roles fijos, no hay una estructura jerárquica”, comenta Adalgiza, y Gloria relata que en MAVI “la plata es por igual, las responsabilidades por linajes y militancias, las funciones por capacidades o disponibilidad”.

Feminizar la comunicación

La Fundación MAVI ha proyectado su trabajo *desde* la comunicación al plantear la organización como productora de mensajes, noticias, reflexiones, historias de vida; y *hacia* la comunicación en la medida en que promueve la inclusión del enfoque de género en las agendas informativas masivas. Esta doble vía surge de su propia experiencia al hacer parte del movimiento social de mujeres. A continuación indicamos algunos resultados de un diagnóstico realizado por la organización:

- Los grupos de mujeres no tienen medios de comunicación propios, ni recursos metodológicos ni estrategias de penetración para acceder a los existentes.
- Los medios de comunicación existentes son poco sensibles a las problemáticas, denuncias, expresiones y hallazgos de los grupos y movimientos sociales de mujeres y son dados a priorizar unos sujetos sociales hegemónicos, invisibilizando otros actores.
- Los grupos y movimientos sociales de mujeres no tienen mecanismos ni espacios, ni dinámicas para interlocutar internamente y construir colectivamente las ideas, reflexiones y análisis que permitan desarrollar un saber común que pueda ser coherente y sistemáticamente comunicado.
- Los grupos y movimientos sociales de mujeres no han logrado convertirse en fuentes informativas para los medios de comunicación²²².

La relación de MAVI con el movimiento social de mujeres de Colombia ha sido fundacional (surgido en los años setenta, se mantiene mediante el trabajo en red y moviliza a las mujeres de diferentes procedencias -étnicas, orientación sexual, edad, posiciones políticas y religiosas-). La sintonía de la Fundación con las luchas del movimiento la ha hecho reflexionar sobre sus prácticas comunicativas. Ante de la carencia de medios de comunicación propios y dinámicas de locución al interior y exterior del movimiento social de mujeres, en MAVI, afirma Jimena, nació la necesidad de crear un espacio permanente “donde nosotras las mujeres concertemos unas ideas en común que nos permitan desarrollar un saber común”. Se revela entonces para ellas una correspondencia entre la comunicación y el feminismo y, de ahí, que su lema sea “feminizar la comunicación”(idea inspirada en la de “caminar la palabra”, originaria del movimiento indígena del Norte del Cauca²²³).

²²² Extracto del documento Proyecto de Información de Género en Defensa de los Derechos Humanos de las Mujeres, disponible en: www.issuu.com/infogenero/docs/presentaci_nproductorajunio2.

²²³ El Tejido de Comunicación de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte

Feminizar la palabra es renombrarnos; pasar las cosas por el corazón. No ignorar que existen otras realidades y otros sentires en el mundo, más allá de lo hegemónico. Es hablar desde las emociones. Fuera del centro y desde lo periférico, desde lo alternativo. Es incluir a las mujeres, sus hallazgos y sus demandas en el lenguaje, porque hemos estado invisibilizadas. Es incluir nuestras miradas, nuestras reflexiones y nuestros deseos.

Feminizar la comunicación, implica, para MAVI:

- Una comunicación que privilegia la comprensión de la realidad.
- Que asume la diversidad como riqueza informativa, rescata voces, sana exclusiones.
- Apunta a una soberanía informativa en tanto vuelve protagónica la voz de las comunidades.
- No pone puntos finales, ni absolutismos, porque parte de lo provisional, lo inacabado, la borrosidad, la incertidumbre.
- Es una comunicación nómada: comunicación-acción-transformación²²⁴.

Así, la comunicación en la organización no la conciben como un proceso de *transmisión* de información ni de vaciado de contenidos, sino como una acción en sí misma que implica movilización, evolución y mutación. Y es, precisamente, en ese estado permanente de cambio que ellas conectan la comunicación con lo femenino en la medida en que, como dice Adalgiza, lo femenino se aleja el paradigma de la certeza, de las verdades: “Entonces, feminizar la comunicación es

del Cauca ha declarado que “la palabra se debe caminar, no solo en el discurso y la propuesta política, sino en la acción y la conciencia para la movilización” (2009).

²²⁴ Extracto del documento Proyecto de Información de Género en Defensa de los Derechos Humanos de las Mujeres, disponible en: www.issuu.com/infogenero/docs/presentaci_nproductorajunio2.

experimental, es hacer otras búsquedas, ¡porque nos interesan más los puntos suspensivos!”. Por eso es importante para la Fundación MAVI:

[que] las comunidades aprendan a narrarse a sí mismas; que sean ellas las que establezcan su agenda informativa y prioricen las historias que quieren contar, rescatar del olvido las voces que quieren resaltar. Es preciso que los grupos de mujeres nos convirtamos en fuentes de información para los medios de comunicación; que nuestras historias, nuestras consignas, nuestras luchas sean asumidas con toda la profundidad y la hondura que tienen. Se trata de cerrar la brecha de prejuicios y suspicacias que existen entre los medios y los movimientos de mujeres²²⁵.

Infogénero

Para llenar los vacíos informativos y comunicativos del movimiento social de mujeres y cerrar las brechas con respecto a la invisibilización de las temáticas género, la Fundación diseñó una estrategia para actuar de manera oportuna frente a lo que acontece en ese ámbito: el proyecto Infogénero-Productora de Información de Género, que tiene como objetivo “contribuir a la democratización de la información periodística aumentando la visibilidad de la temática sobre derechos humanos, no-violencia y paz desde una perspectiva de género en los medios de comunicación masivos y comunitarios del Valle del Cauca”²²⁶.

La Productora de Información de Género es un portal de Internet localizado en www.infogenero.net que busca generar espacios de intercambio:

[Somos] un proceso de comunicación en el que nos encontramos mujeres desde el feminismo y la no violencia, quienes creemos que el periodismo es un terreno intermedio, a mitad de camino, un

²²⁵ Disponible en: www.fundacion-mavi.nireblog.com/post/2007/11/05/presentacion-libro-“en-buenas-manos”.

²²⁶ Disponible en: www.infogenerocolombia.blogspot.com/2009/03/productora-de-informacion-de-genero.html.

campo en travesía que puede ayudarnos a entender la realidad. Una comunicación que nos ayude a comprendernos, a expresar la ambigüedad, a captar la magia de la circunstancia, a ver lo inacabado, a señalar la luz del suceso, a religar lo que aparentemente está separado, a no olvidar que somos parte del tinglado. Una comunicación que sane heridas porque rescata voces y rescata historias. Un periodismo con la poética de lo femenino que cree en la conversación más que en la entrevista, en la participación más que en la objetividad, en los puntos suspensivos más que en el punto final²²⁷.

Otro objetivo de Infogénero es convertirse en una agencia de noticias que provea contenidos que circulen de manera interna (en la red de organizaciones del movimiento de mujeres), y externa (en los medios de comunicación dominantes). La construcción de la agenda del portal se crea en las Salas de Redacción, un encuentro que ocurre el primer martes de cada mes para poner en común problemáticas, saberes y sentires de las mujeres:

Los grupos organizados de mujeres han ido construyendo un pensamiento que requiere socializarse, tienen criterios particulares sobre la educación, el medio ambiente, el poder, el cuerpo, la sexualidad, el amor. Los medios, las mujeres lo sabemos, están sobrecargados de verdades absolutas, de personajes autorizados, de esquemas preconcebidos. Queremos tener acceso a ellos para intentar subvertir el sinsentido en que se ha convertido el progreso, para que la emoción haga parte de lo noticioso, para que lo privado también sea político²²⁸.

Sus integrantes afirman que la mayoría de las temáticas sobre derechos humanos y no violencia hacia las mujeres tienden a ser invi-

²²⁷ Disponible en: www.infogenero.net/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=27.

²²⁸ Disponible en: www.fundacion-mavi.nireblog.com/post/2007/11/05/presentacion-libro-“en-buenas-manos”.

sibilizadas en los medios de comunicación dominantes, quizás, en la transacción informativa muchos de estos asuntos son denuncias que revelan las injusticias sociales de un país como el nuestro; esto hace que esos temas no tengan preferencia a pesar de su importancia, pues usualmente hay mayor énfasis en las noticias judiciales, los escándolos políticos o los chismes del espectáculo e incluso en los deportes. En MAVI emprende la configuración de un periodismo de género sustentado en estas preguntas:

¿Cómo son vistas las mujeres en los medios de comunicación?
¿Cuándo son sujeto de noticia y cuándo son objeto de noticia?
¿Quiénes escriben sobre la condición social de las mujeres? ¿Aparecen en portadas solo cuando están vinculadas con escándalos?
¿Reproducen estereotipos donde las mujeres aparecen como víctimas, personas bellas o buenas? ¿Se continúa creyendo que la misión fundamental de las mujeres es la maternidad, la familia, el servicio a los demás, la virtud? ¿Qué o quién tiene legitimidad para que los medios las tomen en cuenta y se conviertan en fuente informativa? ¿Cómo lograr que las organizaciones de mujeres entren en los medios con sus búsquedas y hallazgos, con sus saberes y énfasis? Porque lo cierto es que el protagonismo femenino en los medios es bastante pobre y no refleja su dinamismo en la sociedad (Charria:20).

En Infogénero los temas tratados son asuntos de mujeres pero no como conjunto homogéneo de tópicos sino que, desde MAVI, se busca focalizar de acuerdo con las demandas de cada subgrupo, por lo que se aborda la información según edades (niñas, adultas y ancianas), orientaciones sexuales (lésbicas y bisexuales) o procedencia étnica (indígena, afrocolombiana, etc.). En definitiva, se trata de dar una *perspectiva de género* a los diferentes asuntos de la vida en sociedad.

Las mujeres no tenemos medios de comunicación propios y los que hay no son lo suficientemente sensibles a nuestras angustias, a nuestras proclamas, a nuestras denuncias. No tenemos recursos

metodológicos para acceder a los que ya están; son medios que priorizan sujetos hegemónicos e invisibilizan a los demás actores. MAVI siempre ha querido que las mujeres nos convirtamos en fuentes de información para los medios de comunicación; que estemos en la agenda mediática pero que también podamos producir nuestra propia información y nos empoderemos de la herramienta: aprender a redactar un comunicado, a enviarlo por e-mail, a tomar una foto, a hacer un registro audiovisual (Jimena).

Cada Sala de Redacción de Infogénero opera como una lluvia de idea que construye de manera colectiva la agenda de noticias; allí aparecen los sucesos urgentes, los importantes, los reflexivos. Algunos de los temas más frecuentes son²²⁹: despenalización del aborto y violencias sexuales, diálogo intergeneracional de feministas, violencias contra las mujeres y la Ley 1257²³⁰, política pública municipal de mujeres, seguimiento del Auto 092²³¹ de la Corte Constitucional, inseguridad de las mujeres en Cali, Observatorio de violencias contra las mujeres, etc.

En la organización hay una apuesta por trabajar en el discurso informativo porque las temáticas políticas, sociales y culturales relacionadas con las mujeres no figuran en el panorama periodístico de manera permanente ni con una perspectiva analítica profunda. Una meta a largo plazo de MAVI es la creación de una red de periodistas con enfoque de género para “mostrar que hay un problema de violencia sexual en el conflicto armado colombiano, o un problema de tierras con las mujeres desplazadas”, enfatiza Adalgiza.

La necesidad de *agendar* los temas de las mujeres está ligada con la de *democratizar* la información. Para las integrantes de MAVI es urgente la difusión de las particularidades del sector poblacional de mu-

²²⁹ En este link se encuentran las relatorías de las Salas de Redacción publicadas hasta el momento. Disponible en: www.infogenero.net/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=2.

²³⁰ Disponible en: www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1257_2008.html.

²³¹ Disponible en formato PDF, véase: www.nrc.org.co/biblioteca/auto-092.pdf.

jeros (problemas, actividades, reflexiones e historias) para reducir el desconocimiento y la indiferencia frente a estas. Pero Adalgiza insiste en que no solo se trataría de la inclusión en los medios masivos, sino de la generación y difusión de la información propia de las organizaciones de mujeres.

Todos y todas podemos tener acceso al uso de dispositivos para crear nuestra propia información. La ventaja es que ahora los equipos son menos costosos y más livianos; así, el conocimiento está al alcance de todo mundo y estas herramientas permitirán la masividad para llegar a muchas otras personas. Yo creo mucho en la idea de democratizar la información. Adalgiza también piensa de la misma manera. La comunicación hay que ponerla en manos de todo el mundo y cuando la gente lo hace una vez, queda entusiasmada para hacerlo dos veces (Jimena).

La Productora de Información de Género demanda una estructura en la que la división del trabajo sería clave para localizar, procesar y difundir toda la información del movimiento de mujeres. El trabajo en red con otras organizaciones sociales permite que entre estas y MAVI se mantengan abiertos los canales de información; de esta forma, las noticias sobre actividades siempre confluirán en el portal; no obstante, la producción propia de Infogénero es lenta debido a la falta de personal. Jimena explica que le toma un día editar una noticia en video y “mientras pasa ese día, ocurren cosas nuevas, y entonces hay temas que toca dejar porque ya no alcanzo a editarlos, porque perdieron vigencia”.

Cuando se diseñó Infogénero, en la organización imaginaron un equipo mínimo formado por dos periodistas, dos camarógrafas y dos editoras pero por cuestiones presupuestales esto no ha sido posible y Jimena es quien ha asumido la mayoría de actividades de la producción informativa del portal²³²:

²³² Debido a la necesidad de actualizar a diario el portal, Jimena emprendió el conocimiento, de manera autodidacta, del software libre llamado Joomla plataforma en la que actualmente está diseñada www.infogenero.net.

Yo soy la que hago la cámara, pongo la luz, el micrófono. Hago la entrevista, edito, subo los videos. Mando correos, actualizo el Facebook, mantengo el Twitter. Muchas veces me toca irme sola a registrar las acciones de las mujeres (aunque también graban Gloria, Adalgiza y Laura) pero yo no puedo estar en todo y entonces me quedo acá editando, que es donde está el cuello de botella.

Pese a las limitaciones de personal, la iniciativa de Infogénero (que comenzó en el año 2009) ha logrado dar visibilizar los acontecimientos y reflexiones de las organizaciones de mujeres, sus acciones y campañas. De hecho, la página de inicio del portal se identifica con la frase “Más de 100 videos sobre derechos humanos y temas que afectan la vida de las mujeres”; aunque además de videos, en la página hay publicados *podcasts*, fotografías, noticias, información de campañas, links de interés, entre otros.

Infogénero genera contenidos propios no solo para el movimiento de mujeres sino también para los medios masivos. Se plantea como reto que los temas de género no sean *portada* en ocasiones como el Día de la Mujer o el Día contra el Aborto. Sin embargo, que la información sobre asuntos de género sea incluida en los grandes sistemas informativos de manera permanente no ha sido tarea fácil y por eso, otro de los objetivos de la organización ha sido emprender un trabajo con periodistas de la región vallecaucana que consiste en implementar una estrategia de sensibilización que evidencie ante ellos el grado de invisibilización de *las causas de las mujeres* existente en los medios para los que trabajan. Además, se busca que los periodistas consideren el uso de un lenguaje “no sexista” en la redacción de las noticias²³³ y conozcan las organizaciones y personas que podrían ser posibles fuentes de información para documentar las informaciones relacionadas con temáticas de género²³⁴; como dicen en

²³³ Para este empeño editó la publicación titulada *Manual para un periodismo no sexista* (2010), escrito por Adalgiza Charria.

²³⁴ En la publicación *En buenas manos – Agenda regional de periodistas* (primera edición en 2007 y segunda en 2010) se cuentan historias de vida de periodistas y se provee información de contacto sobre organizaciones y personas relacionadas con los asuntos de género.

MAVI, se trata de “tender puentes” entre el movimiento de mujeres y el periodismo, pues como dice Adalgiza “lo que no se nombra se invisibiliza”.

Entre lo local y lo global

Cuando se entra a la sede de MAVI se encuentran varias mesas redondas con sus respectivos asientos como si fuera un cafetín. No se trata solo de una oficina: “Las mujeres llegan a hacer aquí sus conspiraciones con la idea de que no es sino uno juntarse con otras para que salgan proyectos; entonces muchos de estos salen simplemente alrededor de un café o del agua de boldo que damos aquí”, cuenta Adalgiza.

La organización se ofrece como un lugar de encuentro para que otras mujeres puedan “juntarse” y pensar nuevos proyectos, con o sin MAVI. Se trata de un trabajo en red, cooperativo y solidario. Uno de esos proyectos en conjunto ha sido con el Colectivo de Mujeres Pazíficas²³⁵. Durante ocho años, la Fundación ha acompañado el proceso de este Colectivo al facilitar sus instalaciones para las reuniones, apoyando la ejecución de campañas y participando en el diseño del Diplomado que da forma a la Escuela Política de Mujeres²³⁶, una de las estrategias educativas de este Colectivo. La propuesta pedagógica y política de la Escuela está en consonancia con el trabajo de MAVI. Estos son sus objetivos:

²³⁵ El Colectivo de Mujeres Pazíficas busca, con una perspectiva feminista y pacifista, incidir políticamente en la actual situación de violencia del país. Retoma la consigna feminista “lo cotidiano es político” para hacer visible la violencia contra la mujer en todos los ámbitos, desde lo doméstico, laboral, económico, político y sexual. Para más información, véase: www.aullemosmujeres.org/escuela1.htm.

²³⁶ El Diplomado tiene una duración de 120 horas y ha sido certificado por el Centro de Estudios de Género Mujer y Sociedad de la Universidad del Valle en los últimos años. En promedio ingresan cuarenta mujeres en cada ciclo. La Escuela forma parte del Banco de Proyectos de Buenas Prácticas para Superar el Conflicto creado por el PNUD. Para más información, véase: www.saliendodelcallejon.pnud.org.co/buenas_practicas.shtml?x=7595.

- Fortalecer la ciudadanía de las mujeres y su liderazgo participativo, desde miradas y construcciones feministas, que incorporen saberes, prácticas ancestrales y nuevas de las mujeres y de lo femenino.
- Aportar a la formación de mujeres que aspiren a cargos de toma de decisiones para que incorporen elementos académicos básicos y propuestas alternativas con perspectiva de género.
- Incorporar la perspectiva de género en los ámbitos en los que se mueve la vida cotidiana de las mujeres participantes, promoviendo su empoderamiento.
- Propiciar procesos de articulación y construcción de alianzas al interior de los movimientos de mujeres y feministas y, con otros sectores sociales y políticos a nivel local, nacional, regional y global²³⁷.

De manera puntual, MAVI se ocupó de estructurar el módulo de periodismo en el Diplomado. La experiencia ha sido muy importante para la organización pues “se ha convertido en un reto creativo desarrollar estrategias pedagógicas, año tras año”, cuenta Adalgiza. Para la Fundación, esta escuela se ha convertido en un semillero de mujeres *activistas*, un lugar de sensibilización sobre las problemáticas de género y, especial, en un escenario para aprender y hacer más conscientes a las mujeres participantes de su rol en la sociedad. En 2006, se formó a raíz del Diplomado un colectivo enfocado en la comunicación que se llamó Imagen y Memoria; este surgió ante la necesidad de registrar las acciones colectivas de las organizaciones de mujeres, lo cual generó una experiencia de apropiación del video (Jimena, Adalgiza y Clara fueron parte de este).

Hasta 2009, la Escuela Política de Mujeres contó con la financiación de una agencia de cooperación inglesa, al parecer, porque en la evaluación efectuada les preguntaron en qué había contribuido el proyecto con la desmovilización de las FARC y, MAVI respondió “en nada”. Al analizar esta situación, deducen que la agencia no logró dimensionar

²³⁷ Véase: www.aullemosmujeres.org/escuela5.htm.

la complejidad del conflicto armado colombiano porque para ellas no es posible exigirle “la entrega de las armas” a la actividad de la Escuela, pues se trata de una problemática de índole nacional que rebasa los alcances de este proceso educativo.

Con respecto a la relación de MAVI con organizaciones de la sociedad civil, la Fundación ha tenido trabajo directo con catorce organizaciones, entre las que se cuentan: Colectivo No Violencia Cali, Colectivo de Mujeres Pazíficas, Cineclub Cinematria, Ruta Pacífica de Mujeres, Mujeres de Negro, Iniciativa de Mujeres Colombianas por la paz IMP, Confluencia Departamental de Mujeres del Valle del Cauca, Féminas Festivas, Mujeres de LGBT, Revista Agitación feminista, Teatro La Máscara, Centro Cultural Tejiendo Sororidades, Mujeres de María de Magdala, Semilla de Mostaza, Aullemos Mujeres. La mayoría de estas organizaciones también forma parte del movimiento social de mujeres. Uno de los aspectos más importantes para MAVI en el trabajo colectivo es consolidar confianzas mutuas, puesto que de esto dependerá la calidad de los procesos y sus resultados.

Vos y yo estamos en el mismo plano pues somos militantes de las mismas causas. Yo no soy jefe tuya ni vos sos jefe mía, ¿a son de qué? Somos dos personas iguales donde efectivamente en el terreno de la militancia se dan relaciones de dignidades, de linajes, de acumulados, de experiencias. Yo te tengo que reconocer a vos, a tu saber, a tu trayectoria y no hay relaciones laborales (Adalgiza).

No obstante, el tema de la representatividad en un movimiento social es un punto complejo, según lo que relata Adalgiza:

Rápidamente hay movilización pero hay que hacer consensos. Entonces ¿a nombre de quién se dice? ¿Quién dice eso? ¿El movimiento de mujeres? ¿Un grupo? ¿Ocho grupos? ¿Quién firma? Hay una necesidad urgente de sacar un comunicado, de manifestarse públicamente, de protestar, pero no podemos a veces actuar tan oportunamente pues estamos definiendo esa representatividad, sobre todo porque nunca vamos a poder hablar en nombre de “todas” las mujeres ni de “todo” el movimiento de mujeres.

La organización también ha ejecutado proyectos con entidades estatales locales como la Alcaldía de Cali, principalmente con su Secretaría de Salud y de Desarrollo Territorial y Bienestar Social.

La gente que está en el estado es una gente que trabaja mucho; es gente de entrega y a una también se le cambia el *chip* de que son burócratas, que no hacen nada y se ganan la plata fácil. Es otra relación la que se empieza a sentir. Uno empieza a sentir que hay una relación de colaboración, ¿sí? De poder hacer cosas y en cierto sentido hemos tenido mucha flexibilidad para proponer y nos han aceptado iniciativas que pensamos novedosas o que son más de proceso. A veces una se enfrenta a proyectos que son efectistas y una quiere que quede algo de proceso, que resulte algo más que empoderar a la gente con la que se está haciendo una intervención. A veces se logra y a veces no.

En la organización existe un grado de desazón con el trabajo desarrollado con el estado puesto que sus integrantes intuyen que no será posible dar solución a todas las problemáticas en un solo proyecto y además, porque surge “una cierta certidumbre de que tarde o temprano ha de continuarse el trabajo en solitario, cierta sensación de que los procesos sociales, frágiles en sí mismos, no contarán ni con la inteligencia, ni con la delicadeza, ni con la pertinencia estatal”²³⁸. Para MAVI es importante reconocer que la relación con el estado oscila entre la colaboración y la confrontación pues como organización perteneciente a un movimiento social cree que debe “mantener siempre las posibilidades de acción directa, no institucionales: marchas, huelgas, boicot, funerales, tomas. Hay que saber que el estado puede ser potencialmente un enemigo o potencialmente un aliado”²³⁹. La *confrontación* está pensada como un lugar desde el cual abrir nuevas posibilidades

²³⁸ Extracto del documento La quimera: vida y cotidianidad como “obra de arte” en la experiencia institucional de la Fundación MAVI. Disponible en formato PDF, en: www.vamosmujer.org.co/efemerides/SOSTENIBILIDAD Ponenc Gloria Velasco. pdf.

²³⁹ *Ídem*.

de acción, valorar otras metodologías o proponer alternativas a lo establecido.

En cuanto al vínculo con las agencias de cooperación internacional, estas han figurado como financiadoras y donantes, proveedoras de recursos captados por medio de convocatorias públicas o de invitaciones directas; algunas de las agencias con las que ha trabajado MAVI son: Aecid, Global Fund for Women, Unifem²⁴⁰, Instituto de la Mujer de España, Coraid, MAPP-OEA²⁴¹. En la relación establecida con estas ha sido fundamental la búsqueda de la horizontalidad.

No podemos admitir que nos impongan una condición de sumisión, de responder más a sus intereses que a los nuestros. Somos más dadas a cuestionar a nuestros estados que a estas agencias cooperantes que han marcado mucho la pauta en nuestros procesos; para la mayoría de ellas todavía priman los proyectos que incluyen un amplio número de personas beneficiarias y una abundante lista de actividades como los principales referentes de la eficiencia²⁴².

Video, espejo y transformación

En las propuestas de intervención social realizadas por MAVI se incluyen estrategias de comunicación que promueven el uso de Internet, radio, video o escritura para crear productos o procesos comunicativos²⁴³. En algunas ocasiones, los materiales son realizadas por terceros pero tratan, en la mayoría de los casos, producir estas piezas de comunicación con metodologías participativas que involucren a las personas de las comunidades que hacen parte de los proyectos, sean

²⁴⁰ Fondo de las Naciones Unidas para la Mujer.

²⁴¹ Misión de Apoyo al Proceso de Paz en Colombia de la Organización de los Estados Americanos.

²⁴² Extracto del documento La quimera: vida y cotidianidad como “obra de arte” en la experiencia institucional de la Fundación MAVI. Disponible en formato PDF, veáse: www.vamosmujer.org.co/efemerides/SOSTENIBILIDAD_Ponenc_Gloria_Velasco.pdf.

²⁴³ Se trata de comunicados de prensa, publicaciones impresas, notas radiofónicas, canciones, afiches de campañas, entre otros.

mujeres, niños, adolescentes, etc. Para este estudio de caso, nos centraremos en el uso dado al video e Internet. El video se convierte en una herramienta metodológica con los ejercicios de *video-transformación* o en las actividades de los video-foros, pero también constituye un medio tanto para registrar como para difundir las acciones de las organizaciones de mujeres. Veamos cada uso en detalle:

1. *Video-transformación*: método que consiste en grabar a una mujer hablando acerca de un tema específico; este fragmento será observado por ella misma y por el grupo de trabajo para analizar la manera como se expresa, sus ademanes y el dominio o no del tema. Aplicaron esta metodología²⁴⁴ en el proyecto *Vocerías*, que difunde contenidos de la Ley de Violencia contra las Mujeres (Ley 1257) mediante un trabajo directo con mujeres de organizaciones populares y comunitarias. En principio se capacitó a las participantes sobre los contenidos de dicha ley y por medio de los ejercicios de *video-transformación* se convirtieron en *transmisoras* de la ley a otras mujeres que la desconocen o no saben de sus beneficios²⁴⁵; de alguna manera la mujer-vocera pone a circular la información *boca a boca* pues, como afirma Adalgiza, “si una mujer cuenta eso [los contenidos de la ley] en la fila de la galería, en el supermercado, eso se va regando”. Con la *video-transformación*, las participantes perdieron el miedo a verse y comenzaron a sentirse seguras de lo que pueden expresar. Adalgiza dice que el procedimiento tiene objetivos específicos:

Resaltar los aciertos y trabajar en las precisiones; si se equivoca se le indica que no es así y vuelve a decirlo y luego a oírse; entonces, ya sabe cómo decirlo. Así las mujeres se empoderan, se convierten en sujetas comunicacionales. Además, una mujer popular, al verse

²⁴⁴ Esta metodología fue creada por Silvia Mejía para quien el video es una herramienta de empoderamiento y transformación de las personas (de ahí que también algunas personas llamen a este método “video-terapia”

²⁴⁵ Véanse apartes de este proceso en el video disponible en: www.youtube.com/watch?v=WZrpd3ofGbU.

en el video dice que está fea o gorda, se mira todo lo que tiene y no le gusta, pero cuando ponemos su imagen en cámara lenta o la congelamos cuando se está riendo y, en ese gesto, ella empieza a verse linda y es impresionante como deja la pena de verse como es. Y las he oído decir: “Sí, sí puedo, mirá”. Y como hay una necesidad de aprender esta ley, de aprender a contarla, a decirla, no necesitamos ser abogadas porque tenemos una madre, una abuela, una tía, una prima o una vecina que la cascaron o la están humillando.

El ejercicio de *video-transformación* genera un espejo en el cual cada mujer está frente a sí para reconocerse; eso le ayuda a confiar en su imagen para poder transmitir a otra mujer su saber o su sentir. La realización de imágenes audiovisuales sobre ellas mismas potencia el hecho de que las mujeres en esas sesiones puedan verse *sin aditivos* y sobre todo acepten su imagen, voz, movimiento, palabra. Como sostiene Adalgiza, “el video tiene mucha potencia de autorreconocimiento porque allí la representación es muy fuerte: la gente ve sus propios lugares y sus propias narrativas y a la gente verse le da mucha fuerza”. Esa “potencia” es la que generaría la transformación de una persona insegura en una con mayor confianza para comunicarse y, en este caso, para transmitir informaciones que ayudan a defender los derechos de la mujer. En ese sentido, el video es una herramienta que entra a hacer parte de procesos sociales más amplios. Adalgiza relata como la experiencia ha tenido sus efectos:

Sabemos que con la *video-transformación* la gente sí piensa otras cosas; la gente se ha reunido y propone hacer otras cosas, por ejemplo un video-magazín con recetas aportadas por cada mujer. Resulta que las mujeres se reunían y empezaban a decir que tenían necesidades de todo, de trabajo, de vivienda, de salud, pero entonces empiezan a decir también que su mayor necesidad es la autoestima. Eso me parece una belleza porque podrían haber dicho que su mayor necesidad era la casa, pero ellas terminan diciendo que su mayor necesidad es la autoestima. ¡Es impresionante! Y eso es lo que a mí más me ha emocionado. Ha pasado que empiezan a

ver que hay algo en ellas bonito, que hay algo en ellas potente, que si lo hicieran otra vez lo harían mejor y empiezan a decir: “¡Claro! eso es lo que a mí me falta”. Entonces no importa si no tienen con qué pagar el arriendo; lo que necesitan es aprender a hablar, aprender a expresarse. O sea, hay una necesidad comunicativa enorme en las mujeres y el video es un reflector y un espejito muy bonito.

2. Video-foros: videos (o películas) alusivos a un tema específico se proyectan a un grupo (ya sea de mujeres, jóvenes, niños, adultos) para que al finalizar se genere una conversación sobre lo visto. Por lo regular, las películas exhibidas son producidas por terceros, pero en algunos proyectos desarrollados por MAVI los videos presentados son hechos por los mismos participantes de estos: “Es más fácil cuando la película es de ellos porque al mirarse a sí mismos crecen en comunidad”, expresa Adalgiza. Los video-foros generan así un espacio para dialogar, confrontar y debatir, para encontrar sus propias soluciones a una problemática o asunto por resolver en la comunidad.

Porque no es el otro que viene a dar la película y mostrar cómo hay que resolver los conflictos. Ellas mismas se critican, ellas mismas dicen: “Doña Rosa es más sabia”. Entonces el video tiene esa potencia para mirarse y resulta que nos presenta historias no contadas. El video revela el poder de la gente. En últimas, todos los proyectos tienen el mismo propósito de nombrar el poder de la gente, el linaje de la gente, la fuerza de la gente (Adalgiza).

Desde esta perspectiva, para la organización, el video entra a ser parte de un proceso de construcción colectiva de saberes. Bien sea el video hecho por la misma comunidad, este se convierte en objeto de análisis por quienes la realizaron y, en ese sentido, esa mirada hacia *adentro* permite hacer una reflexión sobre la problemática tratada (por ejemplo, formas de convivencia en un barrio). Por eso, para MAVI el video resulta fundamental en un trabajo con comunidades, como lo expresa Adalgiza:

Nos parece que hay que vivir con la sombra y tramitar las sombras, pero en el ejercicio pedagógico hay que iluminar las potencias; entonces, desde ahí podemos construir y el video, que es fundamental, está en la base del proyecto pedagógico. El video simplemente puede cambiar el reflector, no para el “centro”, no para la autoridad, no para los de siempre. Cambias simplemente el foco. Entonces iluminás lo otro, esas otras historias.

3. Piezas cortas de video (clips): se trata de la producción de videos que oscilan de uno a diez minutos de duración. También, en su mayoría, son producidos por profesionales de MAVI o en procesos participativos con las comunidades. Los contenidos resultan de la sistematización de las actividades realizadas; a veces recogen los sucesos de una coyuntura política o registran las campañas y acciones colectivas de los grupos de mujeres. Las piezas procuran tener un estándar de producción audiovisual en términos de calidad técnica para emisión por televisión (aunque en muchos la imagen pierde definición cuando se publican en la red); los clips se pueden reproducir en el portal de Infogénero, en los canales que posee en YouTube²⁴⁶, Vimeo²⁴⁷ y Livestream²⁴⁸.

Hacia un periodismo comprometido

La producción audiovisual de Fundación MAVI incluye dos documentales, *Indignación en el cañaduzal*²⁴⁹ y *Precariedad*²⁵⁰, pero el grueso está en

²⁴⁶ Disponible en: www.youtube.com/user/infogenero.

²⁴⁷ Disponible en: www.vimeo.com/user1443820.

²⁴⁸ Disponible en: www.livestream.com/infogeneronet. También en el perfil Facebook hay una serie de videos y fotografías publicadas (www.facebook.com/home.php?#!/profile.php?id=1540304602&v=wall).

²⁴⁹ Sobre el paro de los corteros de caña de azúcar del Valle del Cauca. Fue realizado en conjunto con el Colectivo Imagen y Memoria. Una de las partes puede verse en www.youtube.com/watch?v=sFOT3JOBWXc&feature=player_embedded.

²⁵⁰ Sobre la situación de las mujeres en las cárceles.

la realización de las piezas cortas de video, en las cuales predomina el formato periodístico, como lo describe Jimena:

Esas notas las hemos compartimos con los noticieros comunitarios y ellos nos piden decir qué, cómo, cuándo, dónde. Entonces se hace un DVD compilado que se manda a canales como Ascuanpac, Telebeli, Asobuitrera, Yubarta TV, a las parabólicas (Cablepacífico, Cableunión, etc.), a canales en La Unión, Toro, Obando. Esta compilación se hace mensual o cada dos meses. Las notas son atemporales porque no tenemos la infraestructura para hacerlas diariamente pero mantenemos una lógica de la noticia porque sí queremos que tenga vigencia. Aunque nosotras hemos hecho otros ejercicios de contarnos desde otras lógicas -que no son las de “centro”- como por ejemplo cuando hacemos cosas más libres, como documentales.

Pero no solo se apela a lo periodístico por una cuestión de formato o de distribución. “Los medios son transmisores de culturas, con la enorme responsabilidad de incidir directamente en los procesos de socialización y de transformación de identidades”, escribió Adalgiza en el *Manual para periodismo no sexista*. De ahí que para MAVI sea importante reconocer el impacto de los medios:

Los medios de comunicación no son los responsables de la desigualdad de las mujeres frente a los hombres ni los causantes de la marginación que lo femenino ha tenido en esta cultura. Son cinco mil años de cultura patriarcal los que preceden a la expansión comunicacional. Sin embargo, la manera como los medios presentan, proyectan, usan y representan estas desigualdades pueden potenciarlas o disminuirlas. Los medios a la vez se descomprometieron absolutamente de las demandas y reflexiones de los grupos sociales, cedieron a las lógicas del mercado y los intereses del poder, y han olvidado la necesidad de las personas de participar, opinar, evaluar el sistema de producción simbólica más poderoso de estos momentos (Charria:69).

El contenido de las piezas cortas de video realizadas para Infogénero son producto de la necesidad de *equilibrar* las desigualdades informativas con respecto al trabajo y las luchas de los grupos de mujeres. Se trata, en suma, de hacer memoria para propiciar maneras de resignificar sus acciones y pensamientos; para ello, sostiene Adalgiza, “el formato que más nos conviene es la historia de vida y tendríamos que ser coherentes ahí, pero no tenemos el tiempo y nos enfrentamos a otras cosas”. Con la historia de vida se profundizaría en los sucesos y las experiencias del movimiento social de mujeres; sin embargo, como subraya ella, hay que enfrentar *otras cosas* (como por ejemplo, las coyunturas, las urgencias de las denuncias, las indignaciones, etc.), por lo que proyectos audiovisuales más complejos, tanto en su narrativa como en su extensión, no logran desarrollarse debido al tiempo de producción que demandan.

El calibre político de la información creada y difundida por la organización constituye la marca de su producción audiovisual²⁵¹. Veamos una clasificación de los tipos de piezas de corta duración:

1. Noticias: según el formato televisivo, tanto en su componente textual como visual; la imagen es prueba de lo que se está diciendo y se apela al uso de voces de autoridad. Se responden las preguntas ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo? Las noticias se centran en las actividades que llevan a cabo organizaciones sociales de mujeres y diversas secretarías de la administración municipal de Cali. Algunos ejemplos son:

- Alcalde de la ciudad de Cali firma la Política Pública Municipal de Mujeres²⁵².

²⁵¹ Se incluye el filminuto titulado *Amor en 3D*, que dialoga con la celebración del Día del Amor y la Amistad, usando un lenguaje narrativo-poético. Disponible en: www.youtube.com/watch?v=h8qA0zQI-Wg. En el portal de Infogénero también se comparten videos producidos por otras organizaciones, ya sean de campañas, noticias, etc.

²⁵² Disponible en: www.youtube.com/watch?v=va5hnJ-Ggyo.

- Lanzamiento del Observatorio Ciudadano Trans en la ciudad de Cali²⁵³.
- Foro Mujeres en situación de desplazamiento forzado, un ejercicio de sensibilidad a la ciudadanía²⁵⁴.
- Foro Mujer, VIH, Salud y Pobreza²⁵⁵.

2. Entrevistas: como su nombre lo indica, son videos que registran entrevistas realizadas, en su mayoría, a mujeres con una historia o experiencia de vida significativa. A veces aparece en pantalla la entrevistadora y a veces no; se suele mostrar al personaje en un plano medio y se hace poco o ningún uso de imágenes de apoyo. Algunas de la mujeres entrevistadas han sido Jules Falquet (académica internacional), Aida Quilcué (lideresa indígena), Laura Restrepo (escritora), Carmina Navia (escritora), Marta Cecilia Saldarriaga (investigadora), Ana Francis (excombatiente salvadoreña), Rocío Pindea (funcionaria de la Secretaría Municipal de la Mujer en la ciudad de Medellín), poetisa Tatiana de la Tierra, Abuela Margarita (indígena mexicana).

3. Campañas: se trata de videos realizados para la difusión de campañas con fines pedagógicos. Por ejemplo: “Déjate ver”, de la campaña Tienes Derechos, Mujer estamos contigo (sobre la Ley 1257 y el Auto 092²⁵⁶; “Despanfletízate” (contra el resurgimiento de las llamadas limpietas sociales)²⁵⁷; “Un silbato por nuestras vidas”, (sobre la violencia contra las mujeres)²⁵⁸; “Solo insumisas” (sobre el machismo)²⁵⁹, entre otras.

²⁵³ Disponible en: www.youtube.com/watch?v=W4uBV1_CsLo. Este lanzamiento tuvo lugar dentro del Encuentro de Movimientos Sociales Trans: Organización, expresión, ciudadanía y derechos humanos.

²⁵⁴ Disponible en: www.youtube.com/watch?v=GKKOEAWL5C0

²⁵⁵ Disponible en: www.youtube.com/watch?v=cCbAHjZMOWE.

²⁵⁶ Disponible en: www.youtube.com/watch?v=5CsmZZGaPp8.

²⁵⁷ Disponible en: www.youtube.com/watch?v=fj-K2v8orA8.

²⁵⁸ Disponible en: www.youtube.com/watch?v=ccc14u6_rFw.

²⁵⁹ Disponible en: www.youtube.com/watch?v=FqLW9xgErFw.

4. Reportes de sistematización: son videos que describen los objetivos, cuentan las actividades y muestran los resultados de diversos proyectos de intervención social que promueven temáticas referentes a los derechos humanos o de las mujeres. Un ejemplo de estos reportes es *Mujeres migrantes*²⁶⁰ que presenta el trabajo adelantado por una organización local sobre derechos de mujeres desplazadas en la ciudad de Cali.

5. Acciones colectivas y eventos conmemorativos: son registros de las actividades realizadas por el movimiento social de mujeres de Cali. Uno de ellos es *Novias*²⁶¹, en el cual la cámara, en clave cine-directo, acompaña esta acción colectiva en el marco de la celebración Día de la Mujer (8 de marzo). También se pueden incluir en esta categoría los videos que muestran las conmemoraciones del Día internacional de la No Violencia contra las Mujeres o del Día contra el Aborto, entre otros; y también el registro de protestas públicas como la Marcha Antimilitarización que se realizó contra las bases estadounidenses en el país²⁶².

Con respecto a elementos formales comunes, todas los clips tienen créditos de autoría de Infogénero y la fecha de producción, información que suele mostrarse al final; al inicio se hace uso de texto fijo que proporciona información de contexto sobre lo que se abordará en el video. Estos videos utilizan imagen en movimiento o fija (como fotografías, afiches o gráficos) como apoyos visuales; e identifican a las personas que hablan con un generador de caracteres.

Adicionalmente, dentro de la producción audiovisual de la organización, vale reseñar la experiencia de MAVI en el Noticiero Internacional de Barrio (NIB), un proyecto de comunicación basado en la producción de un noticiero bimensual con ocho organizaciones sociales de América Latina y Europa (MAVI fue una de las representantes de

²⁶⁰ Disponible en: www.youtube.com/watch?v=CvgNg_QQnqs.

²⁶¹ Disponible en: www.youtube.com/watch?v=-REk2vS431c.

²⁶² Disponible en: www.youtube.com/watch?v=rc544NnlNIM&.

Colombia). Esta propuesta se ejecutó durante los años 2004 y 2005 bajo el auspicio del Programa @lis (Alianza para la Sociedad de la Información de la Unión Europea)²⁶³. Para la producción del NIB se ofreció un curso de formación para las comunidades vinculadas a las organizaciones participantes del NIB. MAVI participó en la producción de “secuencias” (como el NIB las denominó) sobre temas como el racismo, la salud, las resistencias urbanas, el analfabetismo, los medios alternativos, organizaciones de mujeres, entre otros. Son estas secuencias las se empaquetan en un solo programa o noticiero.

Podemos indicar que los modos de producción del video en la Fundación MAVI han sido ajustados a sus necesidades de difusión, como el caso de las piezas de corta duración a la web y los noticieros, pero también al presupuesto y al tiempo del que disponen para producirlos. Como mecanismo para informar, reflexionar y expresarse, MAVI acerca el audiovisual a las comunidades como una herramienta para la acción política y la activación de la memoria.

²⁶³ Este programa de cooperación apoyó iniciativas para el desarrollo de la sociedad de la información y la lucha contra las desigualdades en relación con la utilización de las tecnologías en América Latina.

**PÁGINA EN BLANCO
EN LA EDICIÓN IMPRESA**

4. Sentidos y prácticas de la imagen-política

Como salta a la vista, las ocho organizaciones indagadas son distintas en muchos aspectos: contextos en los que trabajan, métodos, temas abordados, trayectorias, dificultades, metas, etc. Dos ejemplos de esto son que Casa Occio trabaja en una ciudad como Cali mientras Corpoimagen lo hace en un pequeño pueblo del Macizo Colombiano; y que MAVI centra su labor en las mujeres mientras Mejoda se dirige especialmente a los jóvenes. Aunque en estos aspectos se revelan disímiles, en otros se muestran convergentes y es justo allí que ahora queremos enfocar nuestra atención. Uno de estos es el carácter solidario de las organizaciones. Las actividades realizadas por sus integrantes, salvo en MAVI y Yubarta, no están mediadas por salarios. En general, las organizaciones disponen de pocos recursos para el desarrollo de su labor audiovisual y para cubrir sus gastos regulares de funcionamiento. Ante la escasez, el antídoto parece ser el trabajo solidario. Sin este difícilmente existirían muchas de las organizaciones indagadas.

A la *solidaridad*, las organizaciones buscan sumar la *horizontalidad*, esto es, un modo específico de relación entre sus miembros; MAVI, por ejemplo, habla de sí misma como una “organización horizontal”, en la que “vos y yo estamos en el mismo plano pues somos militantes de las mismas causas. Yo no soy jefe tuya ni vos sos jefe mía. ¿A son de qué?”. Mejoda, de su lado, insiste en la idea del trabajo grupal, rechazando para sí la imagen clásica del creador solitario dominado exclusivamente por su criterio individual: “Se piensan las cosas en colectivo, se trabajan en colectivo y los temas son del colectivo. No es el ego del realizador, sino que es toda una comunidad que trabaja”. También Corpoimagen resalta el mismo valor: “Toda nuestra organización gira en torno al consenso. Nos reunimos y entre todos decidimos cuál es la mejor opción; así siempre ha sido. Todo es opinando. Todo es

consenso". Con el Tejido de Comunicación sucede igual: "Aquí no hay esa estructura jerárquica". Hacia la misma dirección apunta Yubarta cuando asegura que "aquí no está muy marcada la división del trabajo" y Mejoda cuando dice que "aquí las cosas son muy horizontales" y que "somos amigos". La amistad como mediación de la relación entre los integrantes de las organizaciones es también intensamente destacada por Casa Occio y MAVI. Este modelo de relaciones de trabajo parece estar estrechamente ligado, a su vez, con el interés por evitar la concentración en solo algunos miembros de determinada habilidad o función. En Casa Occio, por ejemplo, "todos graban, todos montan, todos editan. Ser todero es super agotador, pero todos saben hacer de todo". Ocurre igual con el Tejido de Comunicación cuando asegura que "el trabajo aquí interno nos hizo comprender que todos necesitábamos trabajar en todas las áreas".

Otro trazo común en las organizaciones, apenas indicado en el capítulo 1, se relaciona con la concepción de comunicación que defienden. Aunque nombrada de diferentes modos (*comunitaria, alternativa, popular, libre, soberana, cultural, educativa, incluyente*, etc.), tiene en común oponerse a un modelo de comunicación que las organizaciones perciben como dominante o, en términos de Yubarta Televisión, *hegemónico* y *excluyente*. También hace parte de esta concepción la idea de la comunicación (y el audiovisual por extensión) como *proceso*, en la que el término *participación* es citado con frecuencia. Ya advertíamos esto cuando Mejoda indica los "procesos sociales que acompañan las piezas audiovisuales: la construcción colectiva de las mismas, el empoderamiento de las comunidades de estas habilidades comunicativas, la utilización de las piezas audiovisuales en la dinamización de procesos sociales, la incidencia de estas en las comunidades". Estos procesos son, especialmente para algunas organizaciones, condición de primer orden del tipo de comunicación que defienden y buscan impulsar. Una estrategia de trabajo en la que esta concepción se cristaliza es la que MAVI y el Tejido de Comunicación denominan *video-foros*, actividad que usa el audiovisual como detonante para debatir sobre temas apremiantes, en su mayoría de orden local. Desde el punto de vista de la comunicación como proceso se entiende, por

tanto, que cuando Mejoda convoca a los participantes del Festival Nacional de Cine y Video Comunitario se dirija tanto a organizaciones exclusivamente audiovisuales como a otras que pertenecen a campos sociales diversos: “[La convocatoria está] abierta a los realizadores comunitarios, independientes, organizaciones populares, productores comunitarios de televisión local, de televisoras comunitarias, estudiantes universitarios y de educación no formal. Estos públicos desde diferentes manifestaciones y grupos poblacionales: jóvenes, mujeres, indígenas, afros, LGBT, gestores culturales, sindicales, etc.”.

Así como es común la concepción de la comunicación, lo son en muchos aspectos los *sentidos* atribuidos al audiovisual. Identificamos estos en las significaciones producidas por las organizaciones para describir, explicar y justificar el uso del audiovisual. Aquí buscamos caracterizar los de mayor predominio, basándonos en dos modelos metodológicos cuya complementariedad buscamos ensayar. El primero es la llamada *antropología comprensiva o interpretativa* que propone identificar los significados sociales que “los actores sociales asignan [...] a situaciones, a otras personas, a las cosas y a sí mismos” (Tylor y Gogdan:24). Estos “significados son productos sociales” (*Ídem*:24), esto es, histórica y culturalmente determinados. ¿Qué significados de *lo audiovisual* son producidos, re-producidos, circulados, apropiados o impugnados? A partir de la respuesta a esta interrogante, creemos, es posible articular la tradición comprensiva/interpretativa de las ciencias sociales (Max Weber [2006], Clifford Geertz [1987], etc.) con el enfoque sociológico propuesto por Pierre Bourdieu, específicamente cuando se pregunta por las “luchas donde se producen los sentidos” (Bourdieu:433). Más que producto de una suerte de *subjetividad espontánea* de los actores sociales, la propuesta de Bourdieu apunta hacia la necesidad de captar estos sentidos en la lucha de la que son objeto. Así, el propósito del ejercicio que aquí desarrollaremos será no solo *atrapar* los sentidos atribuidos al audiovisual sino también, y mediante este, identificar las disputas que suceden alrededor suyo. ¿Dónde captar estos *sentidos*? Nuestra propuesta metodológica es hacerlo en los discursos de las propias organizaciones, pero también en sus prácticas audiovisuales. Lo que sigue, así, es un intento por dar cuenta de

manera sintética de estos *sentidos*, sumando al análisis a otras organizaciones de la región cuyo trabajo tuvimos oportunidad de conocer a propósito de esta investigación¹.

1. Resistir imágenes ajenas

Las organizaciones estudiadas conciben su actividad audiovisual como expresión de su participación en una especie de ‘batalla’ de imágenes. ¿Contra quién se ‘combate’? Contra “los medios masivos de comunicación” (Mejoda), contra “los medios de comunicación tradicionales” o “hegemónicos” (Yubarta), contra la “televisión comercial” (Corpoimagen), etc. Aunque designado de diversos modos, el contrincante parece ser el mismo para todas. Tan claro como el adversario es la causa que moviliza la disputa: todas las organizaciones se perciben excluidas del conjunto de imágenes (y sentidos) que ofrecen esos medios convencionales. De allí que MAVI diga que “lo que no se nombra se invisibiliza” y que los “medios priorizan sujetos hegemónicos invisibilizando a los demás”. En la misma dirección apunta Gufilms cuando dice que “la televisión tapa cosas que la realidad nos puede mostrar” y cuando Yubarta argumenta “que estamos expresando una inconformidad con los medios de comunicación tradicionales: RCN, Caracol. Estamos convencidos de que esos canales no son incluyentes” y de que “la gente de esta región está totalmente invisibilizada”.

Se les invisibiliza o, cuando no, se les distorsiona, lo que parece constituir una motivación aun más fuerte del trabajo audiovisual. Esto es patente cuando MAVI se pregunta por “cómo las mujeres son vistas por los medios de comunicación” y cuando Mejoda se interroga por “cómo [nuestras comunidades] han sido históricamente representadas por los que han poseído el poder de los medios masivos”.

¹ Aunque no con el grado de detalle que alcanzan los estudios intensivos. La información referida a estas organizaciones fue colectada tanto en la Encuesta de Organizaciones Audiovisuales del Suroccidente Colombiano como en los Encuentros Regionales de Organizaciones Audiovisuales, realizados a propósito de esta investigación. Para mayor información consúltase www.videocomunidad.univalle.edu.co.

Para el Tejido de Comunicación, inclusive, hace parte de su dinámica de trabajo el ejercicio de *mirarse y extrañarse en imágenes ajenas*, especialmente las hechas por el periodismo nacional convencional. Así, la lucha de estas organizaciones no es solo contra la imagen en que no aparecen, sino también contra la imagen que, aun *incluyéndoles*, no les sabe representar (lo que, claro, es otro modo de exclusión). Por ello Corpoimagen impugna la imagen de violencia con que los medios asocian al Macizo Colombiano y Mejoda la de crimen con que estos vinculan al Distrito de Aguablanca de Cali. Lo mismo hace la Asociación Centro Cultural La Red (ACCR), organización local que trabaja en la zona popular de ladera de Cali, cuando describe su trabajo: “Intentamos no rayar en las dificultades que la gente tiene porque es el elemento que los externos siempre utilizan para etiquetarnos: ‘¡Es que donde usted vive roban mucho, matan mucho!’. Son elementos que no podemos negar, pero no es lo mayoritario que pasa en nuestros territorios y [...] en los sectores populares de Colombia”. En unos casos se les criminaliza, mientras en otros se les *exotiza*, como así lo entiende el Cabildo Indígena del Resguardo de Guambía (Silvia, Cauca): “Los medios nos han *folclorizado*”. Un reclamo similar hace el Tejido de Comunicación cuando dice:

Aquí llegan documentalistas [...] y quieren grabar cómo son los *nasa*, cómo son sus rituales, qué comen, cómo se visten, y si están en una moto o un carro, pues “mejor nos los grabemos; mejor vamos al resguardo a grabar sus vestidos ancestrales, que ojalá no aparezca nada de tecnología”. ¡Como si fuéramos culturas muertas! Los medios de comunicación quieren mostrarnos por allá, “los aborígenes”, pero no muestran que somos una cultura con un plan de vida y con una propuesta política, social.

Además de *primitivizadas*, el Tejido y el resto de organizaciones indagadas perciben gran variedad de formas mediáticas en las que sus comunidades resultan estigmatizadas, victimizadas, reducidas, caricaturizadas, etc. En suma, se reclama otra imagen, otra *forma* de aparecer, de ser vistas, de ser reconocidas. Este reclamo, sin embargo, no

aspira tanto a que los medios *corrijan* sus representaciones (como ha sido el modelo de muchos proyectos de intervención social²), como a que las comunidades produzcan sus propias formas de visibilizarse. “Renombrarnos”, propone MAVI e insiste en la necesidad de crear su “propia información” por medio de “una comunicación que sane heridas” y “rescate voces”. Una orientación parecida plantea Mejoda cuando habla de una comunicación en la que “las comunidades cuenten sus historias y no se dejen imponer los imaginarios de los medios masivos”, afirmando la necesidad de “mostrar lo que todavía sigue sin mostrarse”. Se percibe lo propio como objeto de invisibilización, silencio y dominación. Sin embargo - como vimos en el capítulo anterior- la tarea que asumen las organizaciones no es solo la de *denunciar* sino también, y sobre todo, la de *crear*, usando su inventiva e imaginación para producir imágenes y sonidos propios.

Llegados a este punto, la pregunta que buscamos responder es ¿sobre qué hablan estas imágenes y sonidos? ¿Sobre qué habla aquello que parece resultar de la toma de conciencia sobre la dominación que enfrentan estas poblaciones; conciencia que, a su vez, tal vez pueda ser entendida como la expresión que surge cuando la dominación se torna inadmisibile?

2. Hacer imágenes propias

La alternativa planteada por las organizaciones ante la invisibilidad es, básicamente, *representar a la comunidad*. Esto se verifica cuando los colectivos describen su trabajo audiovisual con el uso recurrente del término *comunidad*. Corpoimagen, por ejemplo, dice que en su pro-

² El trabajo con esta perspectiva acumula una cierta tradición, sobre todo en el ámbito universitario de la región. Existen dos experiencias recientes, con participación de la Universidad del Valle (*La representación de lo indígena en los medios de comunicación* y *Cali de Vida*) cuyo objetivo fue, en contextos distintos, analizar los modos en que ciertos temas y grupos sociales son representados por los medios periodísticos tradicionales y desarrollar estrategias de trabajo junto a los periodistas para promover su revisión crítica de las representaciones que producen.

puesta audiovisual “la comunidad es lo más importante” y el Tejido de Comunicación asegura que quien les “da los criterios es la comunidad”. MAVI, a su vez, enfatiza en la necesidad de que “las comunidades aprendan a narrarse a sí mismas, que sean ellas las que establezcan su agenda informativa, prioricen lo que quieren contar, lo que quieren rescatar del olvido, las voces que quieren resaltar”, agregando que “el video tiene mucha potencia de autorreconocimiento porque allí la representación es muy fuerte: la gente ve sus propios lugares y sus propias narrativas y verse, a la gente, le da mucha fuerza”. En esta dirección coinciden El Medio, que presenta el audiovisual como una forma de “ver la región, de vernos”, y Casa Occio, para la que “la imagen es reconocimiento, es poder vernos, contarnos” y que, por ello, su “interés siempre ha sido la comunidad” y que esta “aprenda a hacer sus propias comunicaciones”.

Si lo llamado a autorrepresentarse es la *comunidad*, valga entonces la pregunta sobre qué entienden por esta las organizaciones. Aquí daremos inicio al intento de dar respuesta a este interrogante para finalizarlo más adelante (ver apartado *La comunidad ampliada*). La *comunidad* puede designar una región geográfica: el norte del Cauca, el Macizo Colombiano, el Distrito de Aguablanca de Cali, la región nariñense, etc. Aunque no se trate de “aldeas primordiales de contacto directo” (Anderson, 1993:24), sí se trata de comunidades definidas en parte por compartir territorios, si bien vastos, claramente delimitados. De otro lado, para el Tejido de Comunicación y Mejoda la *comunidad* puede operar como categoría étnica: las comunidades indígenas y las afrocolombianas, respectivamente. En Mejoda, adicionalmente, la *comunidad* puede aludir a una clase social: los barrios que componen Aguablanca no solo comparten una zona geográfica, sino también rasgos socioeconómicos relativamente homogéneos. Este testimonio evidencia la variedad de representaciones que Mejoda atribuye a la *comunidad*: “Los jóvenes del Distrito de Aguablanca [...] sufren una marginación más fuerte que el resto de jóvenes de la ciudad, especialmente por su condición étnica –porque son negros- y por territorio –porque viven en el Distrito de Aguablanca-”.

Para MAVI la *comunidad* designa sobre todo un género (el femenino) y, por tanto, una *comunidad desterritorializada*, como también sucede con Casa Occio debido a su trabajo con tecnologías como internet, por medio del cual se vincula con comunidades y redes de comunicación desterritorializadas. Como vemos, se trata de un concepto versátil de *comunidad*. A continuación buscaremos identificar algunas de sus variantes:

a) La comunidad como cultura

Cuando las organizaciones hablan de esta forma de representación suelen recurrir a términos como “identidad y cultura de las comunidades”(Mejoda), “lo que somos”(El Medio), “la identidad indígena”(Tejido de Comunicación), etc. Gufilms habla de “lo audiovisual como un espejo con el que uno valora lo que tiene” y El Medio lo asocia a “nuestros saberes ancestrales” y a “nuestra manera de ser y estar en este territorio”, lo que sería producto de la “necesidad de expresar el ser nariñense”. Los temas tratados en esta forma de representación de la *comunidad* suelen corresponder a “las creencias, los mitos, costumbres, tradiciones”(Gufilms), pero también a los paisajes y recursos naturales propios, y a los oficios y actividades económicas. Ejemplo de esto son el interés de Corpoimagen por “mostrar el campesino que siembra el café, cómo lo hace, qué tiene que hacer y todo ese conocimiento que él guarda plasmarlo en imágenes”, esto es, “mostrar las cosas buenas que tiene nuestro municipio”.

La preocupación por aspectos culturales es también patente en uno de los criterios de calificación de las obras audiovisuales establecidos por Mejoda para participar en el Festival Nacional de Cine y Video Comunitario: “Resaltar las expresiones culturales en situaciones de desaparición y/o asimilación”. En este caso, la atención es puesta sobre manifestaciones culturales con profundas raíces históricas que han perdido vigencia total o parcialmente.

b) La comunidad como *historia*

Mientras en el sentido audiovisual anterior interesa el presente de la comunidad en sus aspectos identitarios, en este interesa la comunidad como resultado de procesos históricos. El Cabildo Indígena del Resguardo de Guambía, por ejemplo, entiende lo audiovisual como “instrumento de memoria”. Otros colectivos, por su lado, suelen definirlo asociado a términos como “memoria histórica”(ACCR) o “memoria oral”(Corpoimagen). Se trata de un trabajo audiovisual que, en algunos casos, recoge cierto pasado de las comunidades, buscando “la conservación de lo arcaico”(Gufilms) o “rescatar historias”(MAVI) y, en otros, descubrir el origen histórico de las comunidades como una manera de comprender su presente. De allí que Gufilms hable de “mostrar de dónde venimos”y que Mejoda se pregunte por “cómo la gente en los barrios donde vivimos narra las cosas de los pueblos de donde vienen”. Se trata de un audiovisual que mira al pasado, pero también al futuro como en el caso de El Medio y su lectura del crecimiento actual de la actividad audiovisual en Nariño como “un compromiso con la construcción de una memoria audiovisual colectiva de lo que somos”y “que estamos construyendo a diario todos los nariñenses”.

c) La comunidad como *conflicto*

Este modo de representación de las comunidades asume que estas, además de ‘cultura’ e ‘historia’, son conflicto. Así, importa *lo que somos y valoramos*, pero también, según lo expresa Casa Occio, “cómo estamos”. Predomina en este tipo de trabajo audiovisual la visibilización de problemáticas locales, la identificación de sus posibles causas y la reflexión en torno a estas; en otras palabras, importa lo estimable, pero también lo reprochable. Inclusive en el caso de una organización como Gufilms, predominantemente interesada en aspectos ‘culturales’ locales, la representación de la comunidad como conflicto está presente: “Una de las cosas que queríamos mostrar con la película *Tiempo de angustia* era que se comete mucha injusticia con los trabajadores de aquí”. Problemas como el desempleo y, en otras organiza-

ciones, conflictos aun más urgentes: “Hay temas relacionados con el conflicto armado como el asesinato de comuneros o los hostigamientos armados en algunas zonas. Estos hechos [...] los cubrimos. Con el documental *Pa’ poder que nos den tierra* se presentó la agresión de la fuerza pública a las comunidades indígenas que estaban recuperando tierra como una estrategia de denuncia”(Tejido de Comunicación). Además de términos como *denuncia*, también usado por El Medio, las organizaciones suelen emplear el término *realidad* cuando presentan el audiovisual como un medio de representación de los problemas que padecen las comunidades. De allí que MAVI hable de “una comunicación que privilegie la comprensión de la realidad” y que Casa Occio diga que “estamos pensando en las necesidades de los contextos, en las urgencias” y asegure que el audiovisual es una forma de “poner en escena realidades” y de preguntarse por “¿Cuál es el problema que nos aqueja? ¿Cuál es el aquí y el ahora?”. También en clave de *problemas*, pero esta vez tanto actuales como futuros, habla el Tejido cuando presenta su trabajo en comunicación como una forma de dar “a conocer cómo es la problemática que se está viviendo y qué se nos avecina”.

Por otro lado -como decíamos- importa visibilizar los conflictos locales pero también reflexionar sobre estos. En ese sentido, para el Tejido de Comunicación “el video se piensa como un producto reflexivo sobre hechos particulares” y Mejoda concibe “la producción audiovisual como un proceso de construcción social colectivo que brinde nuevas formas de comunicación y reflexión desde las comunidades”. En la misma dirección apunta El Medio a propósito del espacio que abrió el Festival Internacional de Cine de Pasto en 2009 para ofrecer una muestra audiovisual indígena:

Mucha gente de aquí no conocía cuál era la realidad de los indígenas; no conocía lo de la marcha que hicieron del Cauca hasta Bogotá porque los medios tradicionales tergiversan la información. Ver desde adentro esta situación, ver cómo los propios realizadores indígenas filman su propia realidad, le permitía a la gente de aquí abrir los ojos y ver la realidad, y no la ficción que nos muestran los medios tradicionales.

d) La comunidad como proyecto

Las imágenes y sonidos que resultan de este modo de representación hablan menos de *lo que somos* (sentido audiovisual a) que de *lo que aún no somos y queremos ser*. Aquí se admite, por tanto, que aunque haya *comunidad*, el audiovisual no puede limitarse a representarla, sino que debe robustecerla. Mejoda, por ejemplo, entiende su actividad como una forma de “aportar al fortalecimiento de la identidad y la cultura de las comunidades”. Yubarta, en la misma dirección, habla del audiovisual como un medio de “fortalecimiento de tejido social”, aunque por momentos pone mayor acento en la necesidad misma de *construir comunidad*: “Ese es nuestro horizonte: avanzar en construir comunidad”. Lo mismo hace el Festival de Cortometrajes Ojo al Parque, del municipio de La Unión en el Valle del Cauca, cuando asegura que esta actividad ha sido útil “para empezar a darle una identidad a La Unión”.

Con este modo de representación las organizaciones parecen querer ir más allá de mostrar los problemas y conflictos de las comunidades (sentido audiovisual c), buscando movilizarlas hacia su solución. Por ello Casa Occio asegura que “los productos audiovisuales deben servir para sensibilizar” y “como herramientas para educar”. En un sentido similar habla el Cabildo Indígena del Resguardo de Guambía: “Nosotros planteamos la parte audiovisual como un trabajo interno de re-educación”. También aparecen en el discurso de las organizaciones términos como *derechos* y *ciudadanía*: Mejoda, por ejemplo, habla del “derecho a la comunicación”, destacando en los videos su función de “promover la equidad de género y los derechos de la mujer” y de “ayudar a los jóvenes a despertar más su ser como ciudadano, como actor político, como actor social, cultural”. De su lado, el Tejido de Comunicación suma a los *derechos* el concepto de *conciencia*: “Crear una conciencia en la comunidad para que exija sus derechos”. El Medio argumenta que el audiovisual permite “formar valores ciudadanos” y “crear ciudadanos más tolerantes”. Estos términos y similares son también recurrentes en Mejoda cuando destaca del audiovisual su capacidad de promover “una cultura de paz y convivencia”.

Otra idea frecuentemente asociada al video se refiere al desarrollo. Corpoimagen concibe su trabajo como un medio “para generar cambio en la gente y, sobre todo, mucho desarrollo”. En Mejoda también se manifiesta de esta forma en uno de los criterios de calificación del Festival Nacional de Cine y Video Comunitario, en el que se señala que los materiales concursantes deben “expresar la noción del desarrollo desde las perspectivas étnicas, de género y generacionales”.

Además de servir para *sensibilizar, educar, formar o promover*, algunas organizaciones parecen ir más lejos en el impacto que esperan obtener sobre sus comunidades por medio del audiovisual. Mejoda, por ejemplo, habla de “sensibilizar a los jóvenes del Distrito de Aguablanca a participar políticamente” y aportar “a la movilización de los jóvenes hacia la construcción de una ciudadanía crítica y democrática”. Les interesa “que la pieza audiovisual movilice. La pieza es un punto medio. Hay todo un proceso de construcción colectiva, de generación de la pieza y cuando se termina, no termina pues tiene que generar espacios de debate para movilizar”. En términos similares se refiere el Tejido de Comunicación, pero introduciendo la noción de *información* cuando define que una de las funciones de la organización es “movilizar a través de la información e informar para que la gente decida”. Sobre *movilización* también habla la Escuela de Pensamiento Ambiental, organización civil del municipio de Cartago en el Valle del Cauca, cuando presenta el audiovisual y otros medios de comunicación como estrategias para resistir y combatir la violencia:

Nosotros salimos victoriosos de un proceso de resistencia civil frente a los paramilitares en nuestra ciudad. Ellos han sacado en dos ocasiones un panfletico en el que dicen: “Señor padre de familia: después de las ocho de la noche no respondemos por la vida de sus hijos si están en la calle”. Entonces programamos después de las ocho de la noche actividades culturales en los lugares vulnerables. Nos fuimos con *videobeam* y con grupos de danza y teatro, y durante todas las semanas hicimos actividades. Sacamos a las comunidades afuera y entendieron que el miedo es una enfermedad peor que el cáncer y que esos grupúsculos no son nada frente a las comunidades que se movilizan.

Cuando se vincula el audiovisual a la tarea de *movilizar a la comunidad*, el discurso de las organizaciones parece más arriesgado y combativo, declarando como objetivos de su trabajo algo más que representar o fortalecer a la comunidad; se trata en estos casos de transformarla. MAVI, por ejemplo, habla de “emancipación” y de la necesidad de “transformaciones culturales”, definiendo la suya como “una comunicación-acción-transformación”. Una de sus estrategias que más evidencia esa función es la que llama *video-transformación*. Casa Occio comparte estas aspiraciones cuando asegura que “la imagen resuelve cosas. Si un problema se pone en audiovisual, entonces es posible que se resuelva desde una comunidad, desde un barrio”. Se trata, así, de intervenir en ciertos aspectos de las comunidades, lo que implica en ciertos casos transformar las percepciones que estas tendrían de sí mismas y de su realidad. De allí que Mejoda hable de “cambiar imaginarios” y Casa Occio de “transformar conciencias”.

En suma, del modo de representación de la *comunidad como proyecto* parece derivarse una imagen que desempeña un papel activo en diversos procesos dentro de esta, haciendo de las organizaciones actores sociales que participan del devenir local. Es por esto que muchos de los videos realizados o exhibidos por los grupos muestren las acciones que las comunidades emprenden para solucionar o atender sus problemáticas. Así, importa tanto *lo que somos* (sentido audiovisual *a*) y *cómo estamos* (sentido audiovisual *c*), como también *qué hacemos para estar de otra manera*, contribuyendo no solo a la reflexión y la concientización sobre ciertos conflictos, sino a las soluciones que la propia comunidad propone para superarlos, de manera que se respalde “los procesos organizativos y de lucha de la sociedad” (Mejoda) y se “visibilicen los proyectos” de las propias comunidades (Casa Occio).

e) La comunidad ampliada

A pesar del énfasis que las organizaciones hacen en el vínculo estrecho que debe haber entre su actividad audiovisual y las comunidades a las que pertenecen, es posible identificar en su discurso y su práctica la aspiración de ser parte un universo más amplio que es definido, en

cada caso, de acuerdo con sus objetivos: para Corpoimagen, por ejemplo, se trata del Macizo Colombiano y del Cauca; para Yubarta, del Pacífico colombiano. Como vemos, en estos casos la *comunidad* aludida excede territorialmente el lugar donde actúan las organizaciones. En este sentido, el caso del Tejido de Comunicación es interesante: aunque la comunidad inmediata con la que se identifica y en función de la cual despliega principalmente su actividad comunicativa es el norte del Cauca (específicamente los resguardos indígenas de esta zona del departamento), se concibe como parte de comunidades mucho más vastas: *territoriales* cuando la organización se identifica con el departamento del Cauca; *étnicas* cuando hace lo propio con los pueblos indígenas de ese departamento o de Colombia; *de clase* cuando se identifica con movimientos sociales como los campesinos, los cortadores de caña del Cauca y del Valle del Cauca (“hacemos videos dando a conocer lo que está aconteciendo en el territorio nuestro y no solamente hablando de los indígenas, sino de los campesinos, afros, etc.”) e inclusive con movimientos populares de otros países como los Sin Tierra en Brasil. La ACCR también se inscribe en una *comunidad de clase* al decir que hace parte de “los sectores populares de Colombia”.

Otro caso especial es MAVI que, aunque define Cali como su territorio inmediato (y en particular, la población de mujeres de esa ciudad), en variadas ocasiones presenta su actividad comunicativa en función de una comunidad muchos más amplia, *las mujeres*, una *comunidad de género* que vincula otros territorios locales (como el Valle del Cauca donde esta organización ha desarrollado múltiples proyectos), pero también escenarios internacionales y globales donde los movimientos feministas hacen presencia.

La *nacional* es otro tipo de comunidad ampliada que es posible identificar en los discursos y prácticas de algunos colectivos. Mejoda, por ejemplo, denomina el certamen que organiza como Festival *Nacional* de Cine y Video Comunitario. Sin embargo, como es posible notar, aquí lo nacional aparece acotado por medio del término *comunitario*. Se trata, por tanto, de dos delimitaciones (una de tipo *territorial-cultural* y otra de carácter *clasista*) con las que se excluyen lo *no-nacional* y lo *no-comunitario*. Esta acotación, en cambio, está au-

sente en El Medio, organización que con mayor frecuencia, entre las indagadas, alude al ámbito de lo nacional. La que menos suele hacerlo es el Tejido de Comunicación, inscrito en un movimiento social para el que la autonomía y la auto-determinación son parte de sus principios políticos básicos.

3. Incluir imágenes propias en otras

Así como para las organizaciones es importante concebir el audiovisual en función del autorreconocimiento de las comunidades inmediatas o de las *ampliadas*, también lo es (en unas mucho más que en otras), el reconocimiento y la inclusión fuera de ellas. Corpoimagen, por ejemplo, entiende que su labor es una forma de decir a su comunidad: “‘Vea, aquí [en lo local] este es usted’, pero también tener la posibilidad de decir *afuera*: ‘¡Esta es la gente de Sucre!’”. De este modo, el interés por lo propio no parece ocurrir al margen de la relación que tendría con *lo extraño*, esto es, con comunidades con las que, en el caso de algunos colectivos, se instaura una relación de disputa, pero también de búsqueda de reconocimiento. Mejoda, por ejemplo, establece en su discurso una relación conflictiva con la Cali más allá del Distrito de Aguablanca y del resto de zonas populares de la ciudad, pero esto no niega que de alguna manera busque incluirse en ella, propósito que configura un tipo específico de discurso y práctica audiovisual. Ya hablábamos al inicio de este capítulo de cómo las organizaciones definen su identidad, en parte, por su condición de exclusión. Las comunidades se perciben como parte de *otros territorios* cuya dinámica está en gran medida definida por su relación con un *centro* que les excluye. Este centro puede ser el estado, los medios de comunicación masiva, las clases pudientes o medianamente integradas de las ciudades, etc. Es por eso que Mejoda habla de la necesidad de “sensibilizar a los actores institucionales para reconocer al joven como un actor propositivo” y, además, de la necesidad de “jóvenes con reconocimiento en la opinión pública” y la “visibilización [de estos] ante la sociedad”. Para esta organización, “la exclusión hace que no existan condiciones oportunas para los jóvenes en diferentes espacios: en el mercado, en

la salud, en la educación”. MAVI, de su lado, plantea como parte de sus objetivos “contribuir a la democratización de la información periodística aumentando la visibilidad de la temática sobre derechos humanos, no violencia y paz en los medios de comunicación masivos”. Esta condición de exclusión, que es tanto objetiva como subjetivamente percibida por las organizaciones, les representa una dificultad, pero a la vez una potencia en tanto parece suscitar los procesos de organización y de apropiación de tecnologías. Lo audiovisual, al menos desde este punto de vista, puede ser entendido como un medio de resistencia a la exclusión, buscando tanto autorreconocimiento como reconocimiento por parte del *otro*.

Mejoda es tal vez la organización que más insiste en la necesidad de concebir el audiovisual como puente entre su comunidad y el exterior. De allí, creemos, la reiteración en su discurso del concepto de *diálogo social* y de cómo este sería condición de un ‘verdadero’ *video comunitario*: “Diálogo social a través del video que genere otro tipo de visión del joven [...]. La imagen es una posibilidad de diálogo social. Por eso el video comunitario para llamarse comunitario tiene que generar un diálogo; si no genera un diálogo social no tiene sentido”.

A modo de epílogo: comunicación, cultura y política

Se trata de *imágenes de sí* que autohalagan, pero también que ponen en evidencia problemas y soluciones propias, que denuncian, crean y recrean formas locales de contar, ver e imaginar. Los fines atribuidos a estas son definidos como *autorreconocimiento, comunidad, identidad, memoria, movilización, resistencia, derechos, reconocimiento, inclusión*, etc. Como advertimos en el primer capítulo, estos propósitos conservan una relación inmediata con la diversidad de dificultades y conflictos que enfrentan las poblaciones de las que estas organizaciones hacen parte. Un claro ejemplo de esa variedad es el movimiento indígena del Cauca (donde surge el Tejido de Comunicación): además de la afirmación cultural que incluye, entre otros objetivos, la recuperación de las lenguas indígenas, busca la ampliación del territorio que ocupa (acceso a recursos materiales de producción) y el fortalecimiento

de sus formas locales de gobierno y de justicia (autonomía política y jurídica). Esta multiplicidad de propósitos pone de manifiesto que estamos frente a un fenómeno que pareciera no admitir la división tajante entre las esferas de lo económico, lo político y lo cultural. Se trata de luchas que articulan estas esferas acudiendo a la comunicación, entre otras, como herramienta y estrategia de acción, como medio de reflexión y crítica de relaciones caracterizadas por la inequidad económica, política, territorial, étnica, de comunicación, etc. Esto hace posible que sectores populares de la sociedad colombiana históricamente excluidos tomen la palabra y la acción sobre conflictos de primer orden a escala local y regional, pero también en cierta medida a escala nacional e inclusive global. Dentro de estos conflictos, los desatados en torno a *la representación* son cruciales para todas las organizaciones indagadas. Por ello la fastidia que les generan las imágenes amañadas que construyen de sí y el empeño que asumen, por tanto, de *significarse* a sí mismas. Se trata de imágenes que *batallan* contra otras imágenes: el Tejido de Comunicación defiende un significado del movimiento indígena del Cauca diametralmente opuesto al que predomina en las representaciones periodísticas y estatales; del mismo modo que Mejoda defiende una noción de *lo juvenil popular* que confronta las que dominan el imaginario de la Cali ubicada más allá del Distrito de Aguablanca. En ambas experiencias, la acción colectiva se realiza *en y por medio* de la comunicación.

El vínculo entre comunicación y cultura es muy fuerte en todas las organizaciones consultadas. La Asociación de Medios de Comunicación Indígena de Colombia (AMCIC), por ejemplo, concibe su trabajo, entre otros propósitos, como una forma de “resistencia a los procesos de aculturación que han experimentado las comunidades indígenas del país”³. También se constata la relación estrecha entre comunicación y cultura cuando se advierte que muchas de las organizaciones indagadas vinculan su actividad audiovisual a la promoción de manifestaciones culturales locales ligadas a la música, la danza, las

³ Véase: http://www.cric-colombia.org/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=84.

celebraciones religiosas y seculares, etc. En algunos casos, como en Corpoimagen, este tipo de *gestión cultural* precedió el trabajo audiovisual y, en otros, como en Gufilms, este parece haber suscitado aquella. Además de estos dos colectivos, en El Medio y Yubarta es claro el papel que desempeña lo audiovisual como estrategia de pervivencia, actualización y resignificación de prácticas culturales locales. En Gufilms la grabación de la celebración del bunde, de las fiestas del 28 de diciembre y de las Adoraciones al Niño Dios en el norte del Cauca potencia y genera una memoria de estas celebraciones, así como sobre la elaboración artesanal de las máscaras y creencias culturales como el *mal de ojo* y otras formas de *brujería*. Un caso similar se presenta en Corpoimagen cuando hace registro del festival de danza tradicional local, así como de mitos y leyendas de la zona. Lo audiovisual no opera aquí, creemos, simplemente como *exterioridad* de estas prácticas y creencias culturales, sino como una estrategia de memoria que, más allá de conservarlas, las fortalece y resignifica. Se trata de una relación rica entre tecnologías de comunicación y cultura popular local que se establece justo en el momento cuando ciertas prácticas y creencias corren el riesgo de desaparecer⁴. Frente a este fenómeno (ante el cual resulta difícil no ceder a la tentación de entenderlo en clave de *dominación cultural*), el audiovisual podría estar desempeñando el rol de reimpulsar los remanentes actuales de estas prácticas, sirviendo como estrategia para restituir medios de expresión simbólica que de alguna manera les han sido expropiados.

De otro lado, también es estrecha la relación estrecha entre política y comunicación pues algunas de las experiencias audiovisuales indagadas son la expresión reciente de procesos de organización local de

⁴ Como sugerimos en el estudio intensivo dedicado a Gufilms, la penetración cada vez más intensa de iglesias protestantes en Villa Paz y la región parece ser una de las causas que explican la pérdida de vigor del bunde y el chumbe. No sucede lo mismo con las fiestas del 28 de diciembre en Villa Paz y con las Adoraciones al Niño Dios en Quinamayó, que mantienen su capacidad de convocatoria. Aquí se evidencia el efecto sobre la cultura popular que pueden ejercer procesos globales como la expansión de este tipo de iglesias en América Latina.

larga duración. Este es el caso del Tejido de Comunicación que, como vimos, es una suerte de síntesis de las experiencias previas de organización colectiva en torno a la comunicación audiovisual y, en general, en torno a la movilización política de los pueblos indígenas del norte Cauca. De allí el vínculo fuerte que el Tejido establece entre lo que llama *los medios propios* (asambleas, mingas, movilizaciones, etc.) y *los apropiados* (radio, internet, video, etc.)⁵. En el mismo sentido llaman la atención Mejoda, Casa Occio, MAVI y Corpoimagen, algunos de cuyos integrantes participaron de procesos de movilización política antes de sumarse a estos grupos.

Lo que parece evidenciar los procesos de apropiación de tecnologías que aquí estudiamos es que la organización popular en torno a la comunicación es inseparable de la organización popular en torno a la cultura y la política. Este fenómeno plantea grandes desafíos al estado en cuanto al diseño de políticas públicas, aún hoy caracterizadas, en su mayoría, por aislar sus campos de acción, de manera que la cultura poco o nada tendría que ver con la política ni esta con la comunicación⁶. Inclusive, algunas políticas estatales suelen concebir la comunicación de manera injustificadamente segmentada, desvinculando, por ejemplo, el audiovisual de la Internet, como quien no advirtiera las imbricaciones entre un campo y otro (la llamada *convergencia tecnológica*). Como vimos, todas las organizaciones indagadas, aunque especialmente Casa Occio, vinculan su trabajo audiovisual al de in-

⁵ Como es posible notar, algunos de los medios definidos como propios son, como los apropiados, modalidades de trabajo colectivo de un origen mucho más remoto que el del movimiento indígena del Cauca. Se trata, en realidad, por lo menos en el caso de las asambleas, de medios también apropiados. Aunque, por tanto, podría ponerse en cuestión la validez plena de la distinción entre propio y apropiado, lo interesante es que con ella se reclama la existencia de algo que sería endógeno y se define un modo específico de relación con lo exógeno, configurándose con esta operación un dispositivo por medio del cual se otorga sentido a la apropiación y uso de tecnologías modernas de comunicación.

⁶ Una mayor ampliación de este argumento se encuentra en la publicación Videocomunidad: Apuntes para el desarrollo de políticas audiovisuales públicas (Aguilera y Polanco, 2011).

ternet, lo que claramente es un síntoma de la centralidad que esta tecnología viene reclamando y de cómo está transformando tanto la producción como la circulación y el uso de imágenes en movimiento, pero también transformando –y esto es lo que más fácilmente suele omitirse- los modos en que las organizaciones sociales hacen política, esto es, los modos en que luchan por no sucumbir a la invisibilidad y al silencio.



Logotipo de Corpoimagen
(Sucre, Cauca)



Logotipo de Gufilms
(Villa Paz, Valle del Cauca)



Logotipo de Casa Occio
(Cali, Valle del Cauca)



Logotipo de El Medio
(Pasto, Nariño)



Logotipo del Tejido de Comunicación de la ACÍN
(Santander de Quilichao, Cauca)



Logotipo de Fundación MAVI
(Cali, Valle del Cauca)



Logotipo del Colectivo Mejoda
(Cali, Valle del Cauca)



Logotipo de Yubarta Televisión
(Buenaventura, Valle del Cauca)



Logotipo de Infogénero,
proyecto de MAVI



Cartel del II Festival Internacional de
Cine de Toro (Toro, Valle del Cauca), 2009



Cartel del I Festival de Cine Corto
de Popayán (Cauca), 2010



Cartel del I Festival Nacional de
Cine y Video Comunitario (Cali), 2008



Cartel de la Muestra Otras Ciudades
(Cali), 2010



Cartel del V Festival Internacional
de Cine de Pasto (Nariño), 2009



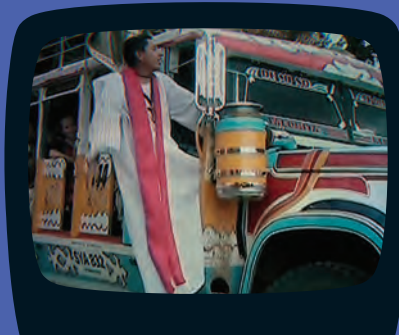
Logotipo de Ananse,
Festival de Cine y Video Afro (Cali), 2011



Los huesos de Agualonga (ficción), realizadores
locales/Fondo Mixto de Cultura (Pasto), 2004



Los zapatos de Sofía (ficción), Fondo Mixto de Nariño/Rav Televisión/Colectivo Audiovisual Mostro Films (Ipiales, Nariño), 2007



El misionero (ficción), Corpoimagen, 2007



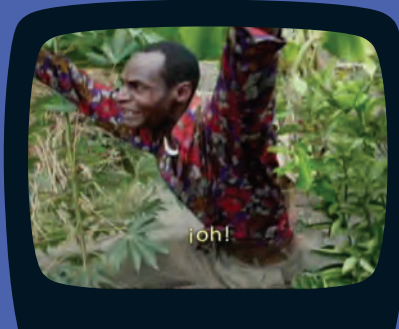
Cruzando la calle (programa de televisión), Varios colectivos, Cali, 2007



El Basilisco Andino (animación), Felipe Insuasty (Pasto), 2010



Dos (ficción), El Medio, 2005



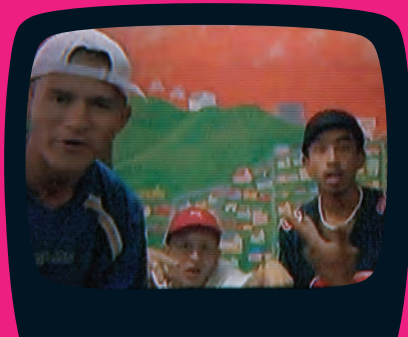
La puerca (ficción), Gufilms, 2009



Holocausto (ficción), Tarántula Films, Popayán, 2007



Sueño de país (documental), Fundación Espacio Abierto, Popayán, 2007



Las guerras (video-clip), Hernando Hernández (Cali), 2006



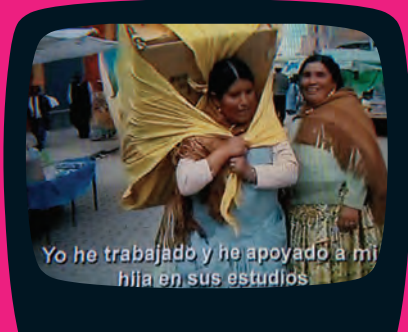
Excluidos del mercado laboral (documental), Colectivo Mejoda, 2007



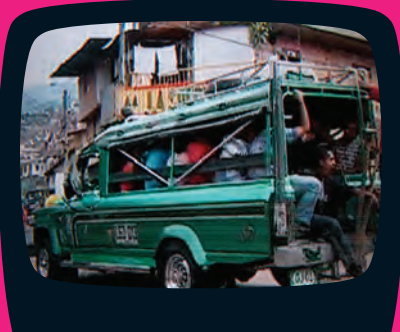
Organizaciones de mujeres (reportaje), de la serie Noticiero Internacional de Barrio, proyecto de Acusur-Las Segovias/ Fundación MAVI, 2005



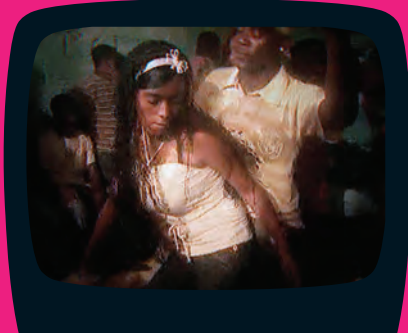
El país de los pueblos sin dueños (documental), Tejido de Comunicación de la ACIN, 2007



Racismo (reportaje), de la serie Noticiero Internacional de Barrio, proyecto de Acusur-Las Segovias/ Fundación MAVI, 2004



Gualas (documental), ACCR/Tikal Producciones (Cali), 2008



La Resbalosa es todo (documental), Cine Pa'l barrio-Fundación Nacederos (Cali), 2008



Formación etnocultural, política y de género (video-sistematización), Red Nacional de Mujeres Afrocolombianas "Kambiri" (Buenaventura), 2009



Sueño de colores (documental), ACCR/Tikal Producciones/Los Filmes Demenciales/Fundación Nueva Luz (Cali), 2007



Manuel Bedoya (del programa documental de televisión Esta es mi historia), Yubarta Televisión, 2007



Ocupación de la finca La Emperatriz del movimiento indígena del Cauca, Tejido de Comunicación de la ACIN, 2005



Marcha de la campaña Despanfletízate, proyecto del que participó MAVI el 1 de Mayo de 2009



Rodaje de Lila, documental de Casa Occio, 2008



Transmisión streaming canal 'Occio TV', proyecto de Casa Occio, 2010



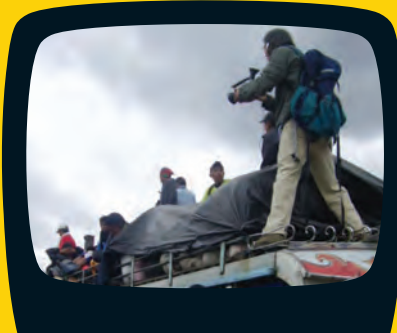
Séptima Constituyente Departamental Juvenil, proyecto del que participó el Colectivo Mejoda en La Cumbre (Valle del Cauca), 2010



Sala de redacción del portal Infogénero, proyecto de la Fundación MAVI, 2010



Proyección en El Valladito (Distrito de Aguablanca, Cali), en el marco del Festival de Cine y Video Comunitario, 2010. Fotografía: Alexander Gómez



Rodaje de *Minga, el camino de la palabra*, documental de Casa Occio, 2009



Actividades de la Escuela de Comunicación del Norte del Cauca en Silvia, proyecto del Tejido de Comunicación de la ACIN, 2010



Proyección en Potrero Grande (Distrito de Aguablanca, Cali), Cine Pa'l Barrio-Fundación Nacederos, 2010. Fotografía: Alexander Gómez



Rodaje de *Pa' poder que nos den tierra*, documental del Tejido de Comunicación de la ACIN, 2005



Rodaje de *La Resbalosa es todo*, documental de Cine Pa'l Barrio-Fundación Nacederos, 2008



Rodaje de *Pa' poder que nos den tierra*, documental del Tejido de Comunicación de la ACIN, 2005



Sala de edición y emisión de Yubarta Televisión, 2010

Bibliografía

Aguilera, Camilo y Polanco, Gerylee (2009). *Rostros sin Rastros: Televisión, memoria e identidad*. Cali: Universidad del Valle.

_____. (2011). *Videocomunidad: Apuntes para el desarrollo de políticas audiovisuales públicas*. Cali: Universidad del Valle.

Álvarez, Sonia; Escobar, Arturo; y Dagnino, Evelina (2008). “Lo cultural y lo político en los movimientos sociales de América Latina”. En: *Culturas en América Latina y el Perú: luchas, estudios críticos y experiencias*. Lima: Programa Democracia y Transformación Global.

Alfaro, Rosa María (2000). “Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones”. *Razón y Palabra*, México, No. 18. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18ralfaro.html.

Anderson, Benedict (1993). *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Angulo, Lizandro y Zabaleta, Iñaki (2009). “Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana”. Ponencia presentada en el Segundo Encuentro de Investigadores en Comunicación, realizado del 3 al 5 de noviembre en la Universidad Minuto de Dios, Bogotá, Colombia. Disponible en: www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/183.pdf.

Arboleda, Paola y Osorio, Diana (2002). “La presencia de la mujer en el cine colombiano”. Tesis de pregrado en Comunicación Social-Periodismo, Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia. Disponible en: www.eav.upb.edu.co/banco/files/Tesismujercinecolombiano.pdf.

Arendt, Hannah (2005). *¿Qué es la política?* Barcelona: Paidós.

- Asociación Mundial de Radios Comunitarias (2009). Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria, Uruguay. Montevideo: Asociación Mundial de Radios Comunitarias. Disponible en: www.legislaciones.amarc.org/Principios/Principios_Legislacion_Radio-difusion_Comunitaria_esp.pdf.
- Barón, Luis Fernando (1993). "El Videocombo, una historia de simple des-organización". En: Gómez, Ricardo. (Ed.). *Puntadas para un sueño: el Movimiento de Video en Colombia y América Latina*. Bogotá: Videocombo.
- Bermúdez, Amparo (1997). "Cimarronismo, costumbre y cultura en Puerto Tejada". En: Zuluaga, F. y Valencia, A. (Ed.). *Puerto Tejada 100 años*. Puerto Tejada: Alcaldía Municipal.
- Bone, Eugeni; Mercader, Antoni; Muntadas, Antoni; y Dols, Joaquim (1984). *En torno al video*. México: Editorial Gustavo Gilli.
- Bourdieu, Pierre (1995). *Las reglas del arte. Genealogía y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Burnett, Ron (1992). "Video/Cine: de la comunicación a la comunidad". En: Goicochea, Pedro (Ed.). *Pequeñas pantallas para la Democracia*. Lima: Instituto para América Latina.
- Calderón, Fernando (1998). "América Latina: identidad y tiempos mixtos. O cómo tratar de pensar la modernidad sin dejar de ser indios". En: Revista *David y Goliath*, Buenos Aires, No. 52.
- Calicchio, Pascual (2004). "Los piqueteros y los medios: ¿por qué hablar de comunicación?". En: Vinelli, Natalia y Rodríguez, Carlos (Ed.). *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.
- Carrillo, Jairo; y Häbich, Gabriela (1994). "Post Video. Una forma de la pos-modernidad". En: Revista *Signo y Pensamiento*, Bogotá, No. 24, Vol. XIII. Disponible en: www.javeriana.edu.co/signoyp/coleccion.htm.
- Camargo, Johana y Gómez, Ricardo. "Diagnóstico nacional de recursos en video". En: Gómez, Ricardo (Ed.) (1993). *Puntadas para un sueño: el Movimiento de Video en Colombia y América Latina*. Bogotá: Videocombo.

- Castells, Manuel (2000a). *La dimensión cultural de Internet*. Disponible en: www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html.
- _____ (2002b). *Internet y la sociedad red*. Disponible en: www.chicos.net/talleresparalideres/1er%2oencuentro/3era%2oparte/Internet%2oy%2o la%2osociedad%2ored.pdf.
- Colectivo La Tribu (2004). “La radio es sus consecuencias”. En: Vinelli, Natalia y Rodríguez, Carlos (Ed.). *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.
- Corrales, Fernanda y Hernández, Hilda (2009). “La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación”. *Razón y Palabra*, México, No. 70. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx/N/N70/CORRALES-HERNANDEZ-REVISADO.pdf.
- Comisión Nacional de Televisión de Colombia (2010). Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013. Disponible en: www.cntv.org.co/cntv_bop/plan_2013/plan_desarrollo.pdf.
- _____ (2006). “Directorio autorizado de televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro”. Disponible en: www.cntv.org.co/cntv_bop/operadores/cerrado_sinanimoxls.
- Corporación Código Comunicaciones (2009). Manual para la implementación de un Plan Audiovisual Municipal. Cali: Archivo digital en Word.
- _____ (2008). Informe Final proyecto “Imágenes & Imaginarios”. Cali: Archivo digital en Word.
- Charria, Adalgiza (2010). *Manual para un periodismo no sexista*. Cali: Fundación Mujer, Arte y Vida.
- De Certeau, Michell (2000). *La invención de lo cotidiano, 1. Artes de hacer*. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Del Cairo, Carolina (2007). *El Macizo Colombiano: una región en permanente construcción*. Popayán: Fundación Espacio Abierto.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (1999). *Los grupos étnicos de Colombia en el Censo 93*. Disponible en: www.190.25.231.237:81/gruposEtnicos/indigenas.phtml.

_____ (2009). *Gran encuesta de hogares*. Disponible en: www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=105&Itemid=68.

Díaz, Zamira (1993). *Guerra y economía en las haciendas: Popayán 1780-1830*. Bogotá: Banco Popular.

Festa, Regina (1993). "Globalización, identidad y nuevas búsquedas". Ponencia publicada en: Gómez, Ricardo (Ed.). *Puntadas para un sueño: el Movimiento de Video en Colombia y América Latina*. Bogotá: Videocombo.

Filmoteca de la UNAM (1985). *Video, cultura nacional y subdesarrollo*. Documentos de Filmoteca 7. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Franco, Jean (2001). "Deponer al Vaticano: el proyecto secular del feminismo". En: Escobar, Arturo; Álvarez, Sonia; y Dagnino, Evelina (Eds.). *Política Cultural & Cultura Política: una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos*. Bogotá, Taurus-Icanh-Pensamiento.

Fraser, Nancy (1993) "Repensando el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente". En: Revista *Debate Feminista*, México, Año 4, Vol. 7.

Freire, Paulo (1999). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo xx.

García-Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo.

García, Luis (2007). "Dimes y diretes sobre lo audiovisual en los tiempos de la cultura visual y digital". En: *CIC Cuadernos de la Información y Comunicación*, Madrid, Vol. 12, pp. 11-28. Disponible en: www.redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=93501202.

Gauthier, Guy (1989). "Les militants: dix ans des fièvres et mirage". En: *Autrement*. París, No. 17. Citado en Santoro, Luiz Fernando. (1989). *A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil*. São Paulo: Summus Editorial.

- Geertz, Clifford (1987). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Getino, Octavio; y Solanas, Fernando (1970). "Hacia un tercer cine: apuntes y experiencias para el desarrollo de un cine de liberación en el tercer mundo". En: *Cine Club*, México, 1970, No. 1. Disponible en: www.cinelatinoamericano.cult.cu/biblioteca/assets/docs/documento/489.pdf.
- Gil, Ramón. "El Nuevo Cine Latinoamericano (1955-1973): fuentes para un lenguaje". En: Revista *Comunicación y Sociedad* (CEIC, Universidad de Guadalajara), Guadalajara, No. 16-17. Disponible en: www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/16-17_1993/105-126.pdf.
- Goicochea, Pedro (Ed.) (1992). *Pequeñas pantallas para la Democracia*. Lima: Instituto para América Latina.
- Gómez, Ricardo (Ed.) (1993a). *Puntadas para un sueño: el Movimiento de Video en Colombia y América Latina*. Bogotá: Videocombo.
- _____ (1993 b). "O vídeo como prática: para além do vídeo-proceso e do vídeo-produto". En: Revista *Proposta*, Rio de Janeiro, No. 58.
- _____ (1993c). "TV Mito y Video Tabú". En: *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*. Ecuador, No. 46. Disponible en: www.issuu.com/chasqui/docs/name5od4o4.
- Grupo Alavío (2004). "Compromiso y realización documental: punteo para el debate". En: Vinelli, Natalia y Rodríguez, Carlos (Ed.). *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.
- Gubern, Roman (1996). *Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama.
- _____ (1987). "¿La revolución videográfica es una verdadera revolución?". En: Revista *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*. España, No. 9. Disponible en: www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_32/nr_339/a_4353/4353.html.
- Guerrero, Juan Carlos (1996). "Nuevos movimientos sociales: democracia participativa y acción social al final del milenio". En: Revista *Colombia Internacional*, Bogotá, 1996, No. 23.

Gumucio, Alfonso (2003). "Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios". Ponencia presentada en la Conferencia OURMedia III, realizada del 19 al 21 de mayo en la Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. Disponible en: www.comminit.com/es/node/149680.

_____ (2002). "La TV Comunitaria: ni pulpo, ni púlpito: palpito". Disponible en: www.infoamerica.org/articulos/textospropios/gumucio3.htm.

_____ (2001). *Haciendo olas: comunicación participativa para el cambio social*. Nueva York: Fundación Rockefeller.

Hénaut, Dorothy (1992). "Challenge for Change: una experiencia pionera de video de intervención social". En: Goicochea, Pedro. (Ed.). *Pequeñas pantallas para la Democracia*. Lima: Instituto para América Latina.

Herz, Daniel (1993). "Fórmum pela democratização da comunicação quer sacudir a sociedade civil". En: *Revista Proposta*, Rio de Janeiro, No. 58.

Kaplún, Mario (1989). "Video, comunicación y educación popular: derroteros para una búsqueda". En: Valdeavellano, Paloma. (Ed.). *El video en la educación popular*. Lima: Instituto para América Latina.

Laclau, Ernesto (1986). *Os novos movimentos sociais e as pluralidades do social*. Disponible en: www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_02/rbcs02_04.htm.

Lobeto, Claudio (2001). "El movimiento de video en el Mercosur". En: Trejo, Roberto, Firpi, Elena, Lobeto, Claudio. *Imágenes en movimiento: el espacio audiovisual en el Mercosur*. Quito: Ediciones Abya-Yala.

Magallanes, Carlos (2005). "Video tecnología y medios independientes: un mensaje alternativo al de los medios convencionales". En: *Revista Código*, Vol. 1, No. 2.

Movimiento Latinoamericano de Video (1993) "Manifiesto de Santiago" En: Gómez, Ricardo (Ed.). *Puntadas para un sueño: el Movimiento de Video en Colombia y América Latina*. Bogotá: Videocombo.

- _____ (1993). "Del Video y otros demonios". Bogotá: Mimeo.
- Martín-Barbero, Jesús, (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- _____ (2007). "Diversidad y convergencia digital". Ponencia presentada en el Seminario Internacional sobre Diversidad Cultural, organizado por el Ministerio de Cultura de Brasil del 27 al 29 de junio, Brasilia, Brasil. Disponible en: www.revistaalambre.com/Articulos/Articulo-Muestra.asp?Id=36.
- _____ (2008). "Lo público: experiencia urbana y metáfora ciudadana". En: Revista *Cuadernos de Información y Comunicación*, Madrid, 2008, Vol. 13.
- Mejía, Alberto (1993). "O movimiento latino-americano de vídeo e a coalizão mundial". En: Revista *Proposta*, Rio de Janeiro, No. 58.
- Ministerio de Comunicaciones de Colombia (1995). *La televisión del futuro: la nueva ley de televisión*. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones.
- Nisbet, Robert (1996). *La formación del pensamiento sociológico I*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Ogando, Ariel (2004). "Wayruru Comunicación Popular". En: Vinelli, Natalia y Rodríguez, Carlos (Ed.). *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.
- Pepinno, Ana María (1998). "Radio educativa, popular y comunitaria: la formación de un nuevo sujeto social". En: Revista *Signo y Pensamiento*, Bogotá, No. 33.
- Pereira, Nelson (1993) "Entrevista con..." en Frías, L. "Los años de la conmoción. Entrevista con realizadores sudamericanos". En: *Cuadernos de Cine*, México, No. 28. Citado en: Gil, Ramón. "El Nuevo Cine Latinoamericano (1955-1973): fuentes para un lenguaje". En: Revista *Comunicación y Sociedad* (CEIC, Universidad de Guadalajara), Guadalajara, No. 16-17. Disponible en: www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/16-17_1993/105-126.pdf.

- Pérez, Darío Ángel (Comp.) (1998). *Señales de humo. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*. Bogotá: Fundación Social y CINEP. No. 1.
- Pineda, Migdalia (2001). "Las teorías clásicas de la comunicación: Balance de sus aportes y limitaciones a la luz del siglo XXI". En: *Revista Opción*, Año 11. No. 36. Disponible en: www.dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2475596.
- Pronovost, Gilles (1995). "Medios: elementos para el estudio de la formación de los usos sociales". En: *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Colima, Época II. Vol. 1. No. 1, pp. 47-70. Disponible en: www.redalyc.uaemex.mx/pdf/316/31600104.pdf.
- Prozt, María (1992). "Diferenciando entre modelos 'alternativos' y 'participatorios' de producción de video". En: Goicochea, Pedro. (Ed.). *Pequeñas pantallas para la Democracia*. Lima: Instituto para América Latina.
- Rocha, Glauber (1993). "La estética del sueño". En: *Retrospectiva*, São Paulo, sin número. Citado en: Gil, Ramón. "El nuevo cine latinoamericano (1955-1973): fuentes para un lenguaje". En: *Revista Comunicación y Sociedad* (CEIC, Universidad de Guadalajara), Guadalajara, No. 16-17. Disponible en: www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/16-17_1993/105-126.pdf.
- _____ (1965). "Estética del hambre". Disponible en: www.cinemanovo.com.ar/estetica_del_hambre.htm.
- Restrepo, Juan; Muñoz, Patricia; y Monteoliva, Alejandra (2008). *Construyendo democracia, prácticas innovadoras en participación política y ciudadana*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Rey, Germán (1998). "Entre posibilidades e incertidumbres: la densidad democrática de la televisión comunitaria". En: Pérez, Darío Ángel. (Comp.). *Señales de humo. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*. Bogotá: Fundación Social y CINEP. No. 1.
- Rodríguez, Clemencia (Ed.) (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra: medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. Bogotá: Cen-

- tro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung. Disponible en: www.c3fes.net/docs/quitandoalguerra.pdf.
- Rodríguez, Enrique (1998). "Algunas anotaciones para una posible historia de la televisión local y comunitaria en Colombia". En: Pérez, Darío Ángel (Comp.). *Señales de humo. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*. Bogotá: Fundación Social y CINEP. No. 1.
- Román, María José (2009). "Mirar la mirada: para disfrutar el audiovisual alternativo y comunitario". En: Revista *Folios*, Medellín, No. 21 y 22. Disponible en: www.aprendeonlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/view/6438/5908.
- Santoro, Luiz Fernando (1989). *A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil*. São Paulo: Summus Editorial.
- Santos, Boaventura (1996). *Pela mão de Alice, o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez.
- Schuman, Peter (1989). *La experiencia de la historia*. Havana: mimeogr. Citado en Santoro, Luiz Fernando (1989). *A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil*. São Paulo: Summus Editorial, p. 83.
- Servedio, Silvina y Torres, Cintia (2004). Informe: Confrontación: Alternativo/ Alterativo-Grupo Alavío / Magoya films. Trabajo para la carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires. Disponible en: www.revolutionvideo.org/alavio/documentos.html.
- Sevilla, Manuel (2009). "Las músicas tradicionales como instancias de producción cultural: el caso de Villa Rica (Cauca)". En: Revista *Signo y Pensamiento*, Bogotá, No. 55, Vol. XXVIII.
- Slater, David (2001). "Repensar la especificidad de los movimientos sociales: fronteras, cultura y política en la era global". En: Escobar, Arturo; Álvarez, Sonia; y Dagnino, Evelina (Eds.). *Política Cultural & Cultura Política: una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos*. Bogotá, Taurus-Icanh-Pensamiento.

- Taylor, Steven, y Bogdan, Robert (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Téllez, María Patricia (2005). "La televisión comunitaria en Colombia: entre la realidad y la utopía". En: Revista *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo, No. 43.
- Touraine, Alain (2006). "Na fronteira dos movimentos sociais". En: Revista *Sociedade e Estado*, Brasília, 2006, No. 1, Vol. 21.
- Urrea, Fernando y Hurtado, Teodora.(1997). . "Puerto Tejada: de núcleo urbano de proletariado agroindustrial a ciudad dormitorio". En: Zuluaga, F. y Valencia, A. (ed.). Puerto Tejada 100 años. Puerto Tejada: Alcaldía Municipal.
- Valdeavellano, Paloma (Ed.)(1989). "América Latina está construyendo su propia imagen". En: Valdeavellano, Paloma (Ed.). *El video en la educación popular*. Lima: Instituto para América Latina.
- _____. (1998). *El video en la educación popular*. Lima: Instituto para América Latina.
- Velasco, Carlos Alberto (s. f.). *Jugas y bundes cantados por negros en el norte del Cauca*. Santander de Quilichao: Alcaldía Municipal.
- Vinelli, Natalia y Rodríguez, Carlos (Ed.)(2004). *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.
- Weber, Max (2006). *Ensayos sobre metodología sociológica*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Williams, Raymond (1992). *Historia de la comunicación: de la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Bosch.
- Yúdice, George (2000). "Redes de gestión social y cultural en tiempos de globalización". Disponible en: www.globalcult.org.ve/pub/AMII/05-Yudice.pdf.
- _____. (2008). *Medios de comunicación e industrias culturales, identidades colectivas y cohesión social*. São Paulo: Instituto Fernando Henrique Car-

doso. Disponible en: www.plataformademocratica.org/Publicacoes.aspx?IdRegistro=36.

Zarowsky, Mariano (2004). "Documental 'piquetero': en torno a las modalidades de representación e intervención audiovisual". En Vinelli, Natalia y Rodríguez, Carlos (Comp.). *Contrainformación: medios Alternativos para la Acción Política*. Buenos Aires, Peña Lillo/Continente.



Universidad
del Valle

Programa ditorial

Ciudad Universitaria, Meléndez
Cali, Colombia

Teléfonos: (+57) 2 321 2227
321 2100 ext. 7687

<http://programaeditorial.univalle.edu.co>
programa.editorial@correounivalle.edu.co