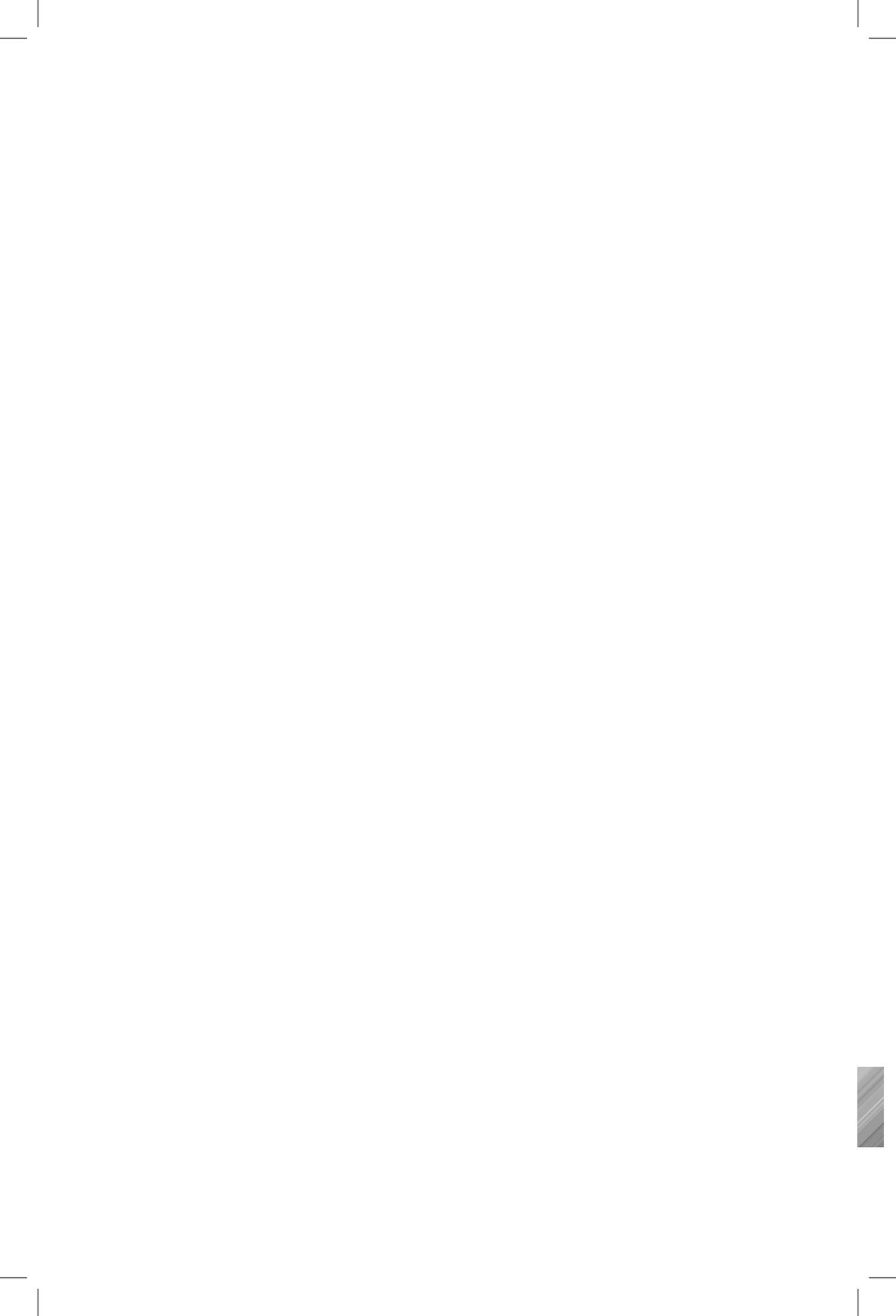


Los Usos del Audiovisual *en el* Caribe colombiano

Relato desde las organizaciones,
los realizadores y los colectivos



Los Usos del Audiovisual *en el* Caribe colombiano

Relato desde las organizaciones,
los realizadores y los colectivos

Patricia Iriarte

Coordinadora de la investigación

Waydi Miranda

Investigador

Stefany Escandón

Asistente de investigación

Felipe Solarte

Jair Vega

Asesores académicos

OBSERVATORIO AUDIOVISUAL DEL CARIBE COLOMBIANO

Ministerio de Cultura, Plan Audiovisual Nacional.

Observatorio del Caribe Colombiano



In memoriam

de Orlando Fals Borda, de Olga Chams Eljach,
de David Sánchez Juliao, de Hugo González
Montalvo y de tantos otros viejos árboles que están
cayendo, este relato sobre el rollo audiovisual de
la Región Caribe.

Iriarte Díaz Granados, Patricia
Los usos del audiovisual en el Caribe colombiano : relato
desde las organizaciones, los realizadores y los colectivos /
Patricia Iriarte Díaz Granados y Waydi Miranda Pérez. -
Bogotá : Observatorio del Caribe Colombiano ; Ministerio de
Cultura, 2011.

250 p. : il., fot., mapas ; 24 cm.

1. Producción audiovisual – Sociedad civil – Costa Caribe (Colombia)
 2. Video – aspectos sociales – Costa Caribe (Colombia)
- I. Miranda Pérez, Waydi

Dewey 21: 778.59 I68

BPC-

Observatorio del Caribe Colombiano
Antonio Hernández Gamarra
Director Académico

Título: Los usos del audiovisual en el Caribe colombiano. Relato
desde las organizaciones, los realizadores y los colectivos.

Autores: Patricia Iriarte Díaz Granados y Waydi Miranda Pérez.

ISBN: XXXX

Primera edición, 2011

© Observatorio del Caribe Colombiano
© Ministerio de Cultura
© Patricia Iriarte Díaz Granados y Waydi Miranda Pérez

Diseño gráfico: Rubén Darío Muñoz - Joaquín Camargo V.

Diagramación: Joaquín Camargo V.

Revisión de textos: Enrique Dávila Martínez

Fotografías: Patricia Iriarte y Waydi Miranda Pérez

Impresión:

Observatorios Audiovisuales
Proyecto de investigación Observatorio Audiovisual del Caribe.

© Ministerio de Cultura – Observatorio del Caribe Colombiano
Todos los derechos reservados
Primera edición: 2011

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
MARIA CRISTINA DÍAZ VELÁSQUEZ / Asesora de la Dirección de Cinematografía - Coordinadora general de la investigación

OBSERVATORIO DEL CARIBE COLOMBIANO

BEATRIZ BECHARA DE BORGE / Directora Ejecutiva
ANTONIO HERNÁNDEZ GAMARRA / Director Académico

INVESTIGACIÓN

Patricia Iriarte Díaz Granados
Waydi Miranda Pérez

EDICIÓN

Patricia Iriarte Díaz Granados
ASESORÍA ACADÉMICA

Felipe Solarte

Jair Vega Casanova

ASISTENTES DE INVESTIGACIÓN

Stefany Escandón

Edilberto Porras

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Joaquín Camargo

Rubén Darío Muñoz

IMPRESOR

XXXXXX

Se puede acceder a esta publicación en versión PDF a través de la página web del Ministerio de Cultura en el enlace correspondiente a la Dirección de Cinematografía y del Observatorio del Caribe Colombiano, en la dirección www.ocaribe.org/ojo, donde se encuentra alojada la base de datos de la investigación.

Bogotá, mayo de 2011

▣ AGRADECIMIENTOS

Al profesor Alberto Abello Vives, quien con su visión regional le dio el impulso inicial a este proyecto y nos aportó importantes referentes teóricos en la mesa de trabajo sobre política pública. Al profesor y realizador Felipe Solarte, director del Programa de Cine y Audiovisuales de la Universidad del Magdalena al inicio de la investigación, por sus aportes en la definición de criterios para la selección y estudios de caso y en el análisis de las obras audiovisuales incluidas en la Mochila Audiovisual del Caribe. A la Universidad del Magdalena por su respaldo académico y su apoyo logístico a la primera mesa de trabajo sobre Política Pública Audiovisual. Al Programa de Comunicación Social de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, sede Cartagena, por el diseño gráfico y producción de la Mochila Audiovisual del Caribe.

Al Canal Regional de Televisión del Caribe (Telecaribe), por la cesión de los derechos de las producciones de la serie Trópicos a la Mochila Audiovisual. A la Secretaría de Cultura, Patrimonio y Turismo de Barranquilla por su aporte a las publicaciones.

Al Instituto de Patrimonio, Cultura y Turismo de Cartagena (IPCC) por su aporte a la Mochila Audiovisual del Caribe. Al Parque Cultural del Caribe por su apoyo en la realización de la segunda mesa de trabajo sobre Política Pública Audiovisual. Al Museo del Caribe por la información sobre sus principales piezas audiovisuales.

A las organizaciones seleccionadas como casos de estudio:

Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi, Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21, Asociación Santa Rita para la Educación y la Promoción (Funsarep), Fundación Cine al Calle, Fundación Henrietta's Group y al realizador César Berrocal.

Esta investigación fue realizada gracias al apoyo de



Ministerio de Cultura

Dirección de Cinematografía • Dirección: carrera 8 N° 8 - 43

- Teléfono: (1) 3424100 • Bogotá, D.C. • Correo electrónico: cine@mincultura.gov.co, PAN@mincultura.gov.co
- Internet: <http://www.mincultura.gov.co>

Observatorio del Caribe Colombiano

Dirección: calle del Guerrero N° 29-02, barrio Getsemaní, Cartagena

- Teléfono: (5) 6601364 - 6602491 • Correo electrónico: info@ocaribe.org
- Internet: <http://www.ocaribe.org> y <http://www.ocaribe.org/ojo>



Contenido

Introducción	13
--------------------	----

▣ **El relato audiovisual como preocupación —y ocupación— de la sociedad civil del Caribe colombiano**

El relato audiovisual como preocupación —y ocupación— de la sociedad civil del Caribe colombiano	7
--	---

▣ **Coordenadas conceptuales, hipótesis e indicadores**

1. Coordenadas conceptuales	22
1.1. Urgencias de la sociedad mediatizada: “ <i>Technology can hold you back or set you free</i> ”	23
1.2. Capital social, mediatización, tecnologización y diversidad	28
1.3. Consumos culturales como escenarios históricos de relaciones con el audiovisual	29
1.4. Usos sociales y apropiaciones del audiovisual en el Caribe colombiano: una hipótesis	31

▣ **Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano**

1. Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano	34
1.1. La sociedad civil en el mapa audiovisual del Caribe	34
1.2. Caracterización de las organizaciones sociales	38
1.3. Caracterización de los colectivos audiovisuales	49
1.4. Caracterización de los realizadores independientes	52
1.5. Caracterización de los eventos de circulación y formación de públicos	57
1.6. Instituciones audiovisuales y culturales relevantes al estudio	61
2. Un paneo y un zoom al audiovisual en el Caribe	63
2.1. Un proceso joven como la sociedad civil	63
2.2. Quiénes usan el audiovisual	65
2.3. Dónde se localiza la actividad audiovisual	66
2.4. Sobre qué están hablando	68
2.5. Lo que muestran las experiencias destacadas	68
2.6. Los estudios de caso	74

De la palabra a la imagen, para que entienda el hermano menor76

1. Características del contexto	76
2. Descripción de la experiencia	80
2.1. Antecedentes	81
3. Estudio de la experiencia	83
3.1. Perfil de los entrevistados	84
3.2. Modalidad predominante e intencionalidad de la producción audiovisual	85
3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia estudiada	87
3.4. Estrategias del colectivo para dar respuesta a esa situación	90
3.5. La relación con el contexto	97
3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado	99
3.7. La relación con el público	102
3.8. Factores de éxito y dificultades del Colectivo Zhigoneshi	104
4. Análisis del caso	108
4.1. La apropiación de un lenguaje	109
4.2. Las implicaciones políticas	110
4.3. Las imágenes son de todos	112

EL audiovisual como memoria 117

1. Características del contexto	117
1.1. Los Montes de María	117
1.2. La serranía del Perijá	122
2. Descripción de la experiencia	124
2.1. Un modelo que genera aprendizajes	127
2.2. El proyecto 'Memoria, comunicación y territorio'	129
3. Estudio de la experiencia	130
3.1. Perfil de las personas entrevistadas	132
3.2. Modalidad predominante e intención del trabajo	133
3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia estudiada	135
3.4. Estrategias para dar respuesta a la situación	136
3.5. La relación con el contexto	139
3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado	142
3.7. La relación con el público	143
3.8. Factores de éxito y dificultades	144
4. Análisis del caso	148
4.1. La primera: ¿Cómo lo lograron en medio de tanta dificultad?	149
4.2. La segunda: ¿Hasta dónde ha llegado su influencia?	150
4.3. La tercera: ¿Hacia dónde se dirige?	152

El relato audiovisual de los jóvenes de la barriada 158

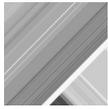
1. Características del contexto	158
1.1. Población	159
1.2. Situación social	160
1.3. El preciado turismo	162
2. Descripción de la experiencia	163
2.1. De El Bonche a Griots Comunicaciones	164
3. Estudio de la experiencia	169
3.1. Perfil de las personas entrevistadas	170
3.2. Modalidad predominante e intención del trabajo	170

3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia estudiada	171
3.4. Estrategias para dar respuesta a la situación	172
3.5. La relación con el contexto	175
3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado	177
3.7. La relación con el público	180
3.8. Factores de éxito y dificultades	181
4. Análisis del caso	183
4.1. La apropiación del audiovisual para la educación popular	184
4.2. Lo identitario en el audiovisual	186
4.3. La circulación de los productos	187
Anexo I	188
Ejemplo de la narrativa	188
So much to see much more to show	193
1. Características del contexto	193
1.1. Las actividades económicas	194
1.2. Población	195
1.3. Del algodón al coco, de éste al desempleo	197
2. Descripción de la experiencia	198
3. Estudio de la experiencia	200
3.1. Perfil de las personas entrevistadas	201
3.2. Modalidad predominante e intención del trabajo	201
3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia	202
3.4. Estrategias para dar respuesta a la situación	203
3.5. La relación con el contexto	208
3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado	210
3.7. La relación con el público	210
3.8. Factores de éxito y dificultades	211
4. Análisis del caso	212
4.1. Las perspectivas de un proceso incipiente	214
La ciudad como una gran pantalla	217
1. Característica del contexto	217
1.1. Espacios de exhibición y circulación	219
2. Descripción de la experiencia	222
3. Estudio de la experiencia	224
3.1. Perfil de los entrevistados	224
3.2. Modalidad predominante e intencionalidad de la experiencia	225
3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia	225
3.4. Estrategias para dar respuesta a la situación	227
3.5. La relación con el contexto	230
3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado	231
3.7. Tipo de relación establecida con el público	233
3.8. Factores de éxito y dificultades del 'Festival Cine a la Calle	235
4. Análisis del caso	236
4.1. Cine en el espacio público y públicos para el cine	237
4.2. El cine en la oferta cultural de la ciudad	237
4.3. Cine, ciudad y políticas públicas	238

El “viaje” audiovisual de César Berrocal.....	240
1. Características del contexto	240
1.1. Sectores de la economía	241
1.2. Situación social	241
2. Descripción de la experiencia	244
2.1. Mojana, tierra de leyendas	245
3. Estudio de la experiencia	246
3.1. Perfil de las personas entrevistadas	247
3.2. Modalidad predominante e intencionalidad de la producción audiovisual	247
3.3 Situación o problemática a la que responde la experiencia	247
3.4. Estrategias para dar respuesta a esa situación	249
3.5. La influencia del contexto	251
3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado	252
3.7. La relación con el público	253
3.8. Los factores de éxito y las dificultades	253
4. Análisis del caso	255
Anexos al capítulo 3	259
Anexos fotográfico a los estudios de caso	261

■ Conclusiones y recomendaciones

1. Conclusiones	268
1.1. Algunos resultados claves	270
1.2. El aspecto patrimonial	272
1.3. Tendencias y aportes	273
2. Recomendaciones de política	274
2.1. Hacia una política audiovisual para el Caribe colombiano	275
2.2. Reflexiones finales sobre el campo audiovisual en la región Caribe	281
 BIBLIOGRAFÍA	 284



Introducción

La publicación que aquí presentamos contiene los resultados de una investigación adelantada en el Caribe colombiano con el propósito de conocer las dinámicas de uso y apropiación del audiovisual en la región, y generar elementos que contribuyan a la formulación de una política pública audiovisual para el Caribe colombiano.

La investigación se concibió en el marco del Plan Audiovisual Nacional (PAN) que el Ministerio de Cultura impulsa desde 2007 como parte de una política pública que promueve las experiencias cinematográficas y audiovisuales en el país mediante tres líneas de acción: A) Fomento y estímulo a los procesos regionales con énfasis en la formación; B) Investigación; C) Alianzas estratégicas.

13

En la línea de investigación, el PAN previó la creación de dos observatorios regionales, cuya misión sería la de “indagar sobre estos territorios e imaginarios de donde proceden los proyectos,¹ realizar la lectura socioeconómica de esos entornos”, y, en general, estudiar la “localización de grupos, prácticas y condiciones regionales de trabajo, entre otros”.

Lo que se hizo a lo largo de quince meses en la región Caribe del país y de veinte en la Suroccidental con las investigaciones realizadas por el Observatorio del Caribe y la Universidad del Valle, respectivamente, fue indagar sobre estos territorios y sus imaginarios, hacer una lectura de sus contextos, y cartografiar las experiencias identificadas, caracterizando en detalle una muestra de ellas.

En el Caribe, el proyecto se denominó Observatorio Audiovisual del Caribe, y llegó a ser un escenario de estudio, de encuentro y de debate entre jóvenes rea-

¹ Los proyectos a los que refiere el documento del PAN son aquellos que han participado en las convocatorias nacionales para becas y estímulos de programas como ‘Imaginando nuestra Imagen’, actividades de concertación y, en general, los actores inscritos en la Base de Datos de Cinematografía y Comunicaciones (Bacico), operada por la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura.

lizadores, no tan jóvenes gestores, académicos, productores, cineclubistas, grupos étnicos, organizaciones de base, universidades e instituciones culturales.

El proyecto se propuso como objetivo central contribuir a la construcción de una “plataforma de información y reflexión en torno a las formas de realización, circulación, apropiación y consumo audiovisual en la región Caribe colombiana, con énfasis en las prácticas de las organizaciones sociales”. Para ello, se comenzó con una cartografía de estas actividades en las principales ciudades del Caribe colombiano, información que está alojada en una base de datos disponible en línea; a continuación se caracterizaron 28 experiencias que fueron identificadas como exitosas, se realizaron, entre éstas, seis estudios de caso y se hizo un ejercicio de selección de los mejores trabajos entre aquellos que la investigación detectó, recogidos ahora en la Mochila Audiovisual del Caribe. Es decir, el estudio arroja un importante volumen de conocimiento organizado, con un primer nivel de análisis.

Otro de los objetivos es el de entregar unos referentes sistematizados para el diseño de políticas públicas audiovisuales, ejercicio pensado desde el Estado para las regiones, con participación de la sociedad civil.

En la región Caribe las dinámicas de apropiación de la cultura audiovisual, con sus circuitos de producción y consumo, han estado en mora de estudiarse. Con más de 50 años de cine y de 25 de televisión regional, resultaba necesario y oportuno recoger, analizar y socializar información sobre la actividad audiovisual en la región, comenzando por los seis últimos años: 2004-2010, y esperamos que este estudio sea el comienzo de una línea de investigación que continúe explorando el campo audiovisual en la región Caribe desde las universidades y centros de investigación.

14

Preguntas como quién está usando las herramientas del audiovisual, dónde, para qué, con qué recursos, se abordaron desde una perspectiva académica que relaciona comunicación, cultura y sociedad.

La investigación se abordó desde una metodología cualitativa, utilizando técnicas como entrevistas, observación directa, visualización de trabajos y estudios de caso, y algunas técnicas de tipo cuantitativo como inventarios, encuestas y fichas de recolección de datos, hasta obtener el panorama que se extiende a lo largo de esta obra.

El consumo² de productos, soportes y contenidos audiovisuales, es fundamental, no solo en la arena de la cultura, donde comúnmente se ubica, sino también en la escena sociopolítica. Como escribió Manuel Castells, “el consumo es el lugar en el que los conflictos entre clases, originados por la desigual participa-

2 Definido por algunos autores como De Certeau, García-Canclini y Martín-Barbero como un proceso social de uso y apropiación que involucra también significación y re-significación de sentidos.

ción en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes” (citado por García Canclini, 2007, p.3).

Allí, en el consumo como escenario, los movimientos sociales –entendidos simultáneamente, a la manera de Touraine, “como un conflicto social y un proyecto cultural”–, encuentran herramientas fundamentales para constituirse en sociedad civil, concebida como “la unión de ciudadanos trabajando en acciones voluntarias, para conversar, discutir, crear soluciones [...] sin tener en cuenta el lucro.” (Santos De Sousa, 2002). Es en el repentino y potencialmente masivo acceso a las tecnologías de información y comunicaciones, donde comienzan a configurarse las nuevas ciudadanías del Caribe colombiano.

Estos autores proponen pensar acerca de los cambios que experimentan los ciudadanos / consumidores en el ejercicio de agenciar sus historias y sus necesidades en la pantalla. En este sentido, se requiere re-pensar las “antiguas” prácticas de consumo cultural, en las que predominaba el receptor pasivo, y entender y reaccionar ante las posibilidades de producción rápida y de bajo costo que la tecnología digital le ha dado al video.

En virtud de estas posibilidades, se supone que el “espectador”, es decir, el consumidor, deviene rápidamente en un “hacedor” de productos que, por su parte, puede compartir con su círculo más cercano o con una comunidad de consumidores por medio de la Internet. Es cada vez más frecuente que sujetos y movimientos sociales busquen representarse a través de esas imágenes y sonoridades que ellos mismos producen.

Es, justamente, este tipo de procesos los que vemos desarrollarse en ciudades y aun en zonas rurales de la región Caribe: el de los espectadores que devienen en productores al ubicarse detrás de una cámara y narrar en imágenes su cotidianidad, o el de los jóvenes que graban cada día del año un videoclip para subirlo a Youtube y compartirlo en sus redes sociales, o el proceso de aprendizaje audiovisual de los campesinos de los Montes de María y de la serranía del Perijá, y sus sorprendentes resultados. La muestra de actores sociales que recoge esta investigación trasciende entonces la noción de productor como aquel que produce para el canal regional, para abarcar toda una gama de personas, colectivos y organizaciones que se apropian y usan el audiovisual para producir sentidos e insertarlos en los circuitos sociales donde actúan.

Coincidimos con Terceiro cuando afirma que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden revelar nuevos conceptos sociales que, por transformadores de la realidad social, dejan de estar vinculados a unos fines exclusivos. En la difusión de cualquier tecnología, a partir de un determinado grado de desarrollo, cuentan más los factores sociales y culturales que los aspectos puramente tecnológicos. (Terceiro, 2008, p. 2).



Desde este contexto, como forma de acercamiento a la información generada, esta publicación consta de cuatro capítulos. El primero presenta una contextualización del audiovisual en el Caribe colombiano, tratando de responder a la pregunta sobre la función de Telecaribe en el desarrollo de la producción audiovisual de la región, y de ofrecer un recuento de lo que ha sido la intención narrativa en el Caribe colombiano.

En el segundo conectamos las coordenadas conceptuales del trabajo con la hipótesis inicial de la investigación, y nos referimos a los indicadores que fueron objeto de la misma.

En el tercer capítulo, que corresponde al mapa exploratorio de los usos del audiovisual, presentamos la sistematización de la información recolectada en el trabajo de campo en los tres niveles de información: identificada, caracterizada y estudios de caso.

En el cuarto y último capítulo, dedicado al tema de la política pública audiovisual, contextualizamos las dos mesas de trabajo organizadas por la investigación para presentar, finalmente, las conclusiones y recomendaciones generales del proyecto.

Para concluir esta introducción, consideramos que la sistematicidad y permanencia del Observatorio Audiovisual del Caribe está plenamente justificada en la necesidad de estudiar las experiencias que la sociedad civil de la región está agenciando con el audiovisual y desde el audiovisual como factor de cambio cultural y transformación social.

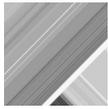
16

Para hacer posible estos logros, fue fundamental la alianza estratégica que conformaron el Ministerio de Cultura; el Observatorio del Caribe Colombiano; la Universidad del Magdalena, la Universidad Jorge Tadeo Lozano, la Secretaría de Cultura, Patrimonio y Turismo de Barranquilla; el Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena, Telecaribe, el Parque Cultural del Caribe, y, por supuesto, el conjunto de organizaciones, colectivos, instituciones y realizadores que nos dispensaron su tiempo y su concurso para el logro de los propósitos trazados.

Capítulo 1

El relato audiovisual como preocupación –y ocupación– de la sociedad civil del Caribe colombiano





■ **El relato audiovisual como preocupación —y ocupación— de la sociedad civil del Caribe colombiano**

En el Caribe colombiano existe una larga relación con el audiovisual, arraigada en la temprana llegada de la fotografía y el cine, que, de la mano de personajes como Leo Matiz, Floro Manco, Jaime Muvdi y otros, tuvo un desarrollo acelerado desde las primeras décadas del siglo XX, irradiando a toda la región un interesante movimiento de expresión desde lo visual y lo audiovisual, que llegó a contar incluso con una publicación editada en Sincelejo en 1914.¹

18

De ese año, justamente, data el primer documental filmado en Colombia, por el italiano Floro Manco, cuyo tema fue el Carnaval de Barranquilla, motivo que ha sido captado por el 90% de los cineastas caribeños, como lo documenta el investigador Gonzalo Restrepo Sánchez.²

La historiografía del cine en Colombia da cuenta de numerosos hitos ubicados en el Caribe colombiano, desde los primeros documentales de los años veinte hasta los llamados “gloriosos” años setenta del cine nacional, cuando irrumpieron propuestas como las de Luis Ernesto Arocha y su *Ópera del mondongo*, que, con textos de David Sánchez Juliao, ganó un *India Catalina* en 1972.

Ya en los años sesenta la popularización del formato súper 8 había facilitado el acceso de las familias pudientes a la producción cinematográfica y había permitido a un grupo de aficionados al cine la posibilidad de realizar sus primeras películas. Pero fue a partir de la creación del canal regional Telecaribe, el 28 de abril de 1986, cuando la región entró de lleno en la era de la producción audiovisual con contenidos propios, y se generó, gracias a ese nuevo medio, una incipiente industria y una escuela audiovisual en la que se formó una promoción de realizadores, productores y técnicos, que entregaron trabajos de alta calidad, dedicados a mostrar facetas del Caribe que la televisión nacional no estaba reflejando.

La fundación de Telecaribe estuvo enmarcada dentro de las aspiraciones de autonomía e integración que la región venía manifestando desde mediados del siglo XX como reacción al marcado centralismo político y económico del Gobierno Nacional. Así se logró, a mediados de los ochenta, una victoria importante en el terreno administrativo con la creación del Consejo Regional de Política Económica y Social –Corpes Costa Atlántica, como instancia de planeación regional, gracias a la cual el Caribe logró un aumento significativo en el presupuesto general de la Nación. En ese ambiente de reivindicación regional, “la aspiración [sic] de un canal de televisión regional no constituía desde luego una instancia de poder político, pero sí le otorgaba a la región su propia voz, y la opción de desarrollar todas las ventajas de tener, por primera vez en su historia, un medio de comunicación que la unificara”.³

Producto de la convergencia de esfuerzos que se realizaron desde Valledupar y Barranquilla, y favorecido por la decisión del presidente Belisario Betancur de dar inicio a los canales regionales, salió por primera vez al aire la señal de Telecaribe, con el mandato de fortalecer la identidad cultural, el sentido de pertenencia y la integración regional.

El impulso inicial y la mística que rodeó su creación llegó hasta mediados de los noventa, cuando el canal acusó los efectos de la televisión privada, y al choque económico que esto representó se sumó la crisis del modelo de producción y problemas de gestión que determinaron el cierre de numerosas programadoras regionales y, más que un receso, un retroceso en materia de calidad y contenidos. A comienzos del siglo XXI, un movimiento de origen ciudadano promovió un foro sobre el futuro del canal, y pidió la intervención del Gobierno Nacional para la salvación del ente, que había entrado en ese entonces (2002) en causal de liquidación. La Contraloría General de la República, a la sazón en cabeza del sucreño Antonio Hernández Gamarra, la Comisión Nacional de Televisión y el Ministerio de Comunicaciones se hicieron presentes en el foro y avalaron la decisión de instaurar el sistema de la meritocracia para nombrar al nuevo gerente del canal. Las dificultades se superaron tras un largo proceso, y actualmente el canal posee unas finanzas estables y adelanta el proyecto de construcción de su nueva sede.

Desde la vertiente cinematográfica, al amparo de Focine, primero, y del Fondo de Promoción Cinematográfica después, o como producto de esfuerzos independientes, se registran numerosas obras en diversos formatos. Nombres como Luis Ernesto Arocha, ‘Pacho’ Bottía, Sara Harb, Ernesto McCausland y Roberto Flórez, entre otros, han logrado mantener viva la actividad cinematográfica de la región en las últimas décadas.

Entre tanto, realizadores como Julio Charris Gallardo, Marta Yances, Ernesto McCausland, Álex Rendón, Alberto Salcedo, Doménico Restrepo, David Britton, Juan Manuel Buevas, Alfonso Hamburguer, Juan Carlos Guardela y César Berrocal, entre otros, han alimentado la televisión regional con sus producciones,

El relato audiovisual como preocupación —y ocupación— de la sociedad civil del Caribe colombiano

y, así como en la literatura del Caribe los grandes escritores se formaron en el periodismo, en lo que toca a la televisión y el video del Caribe colombiano los mejores realizadores hicieron tránsito por los espacios periodísticos y las salas de redacción antes de dedicarse a la producción independiente. Esto no solo les confiere una visión que entronca su trabajo en las realidades sociales y culturales del territorio caribeño, sino que marca un estilo en la narrativa audiovisual del Caribe.

De lo que ha pasado en los últimos diez años a partir del creciente acceso de la población a las nuevas tecnologías de información y comunicaciones es poco lo que se ha estudiado. Sabemos que estas herramientas contribuyen a democratizar la producción y el consumo de imágenes en movimiento, y que las políticas públicas de estímulo a la creación y a la apropiación audiovisual han comenzado a generar procesos y productos agenciados desde la periferia por grupos sociales que antes no tenían posibilidad de expresarse en estos nuevos lenguajes.

Conocemos experiencias notables de apropiación, como la del Colectivo de Comunicaciones Montes de María, en el Carmen de Bolívar; esfuerzos de formación de público, como Cine a la Calle, en Barranquilla; la consolidación del Salón del Autor Audiovisual, creado por la Cinemateca del Caribe; y, más recientemente, videos y películas experimentales de un grupo de jóvenes de Barranquilla y Cartagena, que con las cámaras digitales van en busca de un nuevo lenguaje. Pero no sabemos qué están diciendo los movimientos sociales, los grupos independientes, las organizaciones de mujeres, las comunidades escolares. ¿Qué imaginarios se han construido a raíz del drama social del desplazamiento? ¿Qué discursos se tejen alrededor del conflicto armado en la región? ¿Cómo se reflejan los nuevos fenómenos sociales urbanos en nuestra televisión?

Por ello, este estudio propone una mirada extensiva y, a la vez, intensiva, en lo que hemos llamado un *paneo* y un *zoom* al estado actual del proceso de apropiación social del audiovisual en la región Caribe colombiana, poniendo el foco de atención en la actividad de las organizaciones sociales. Para efectos de la investigación, al igual que en el estudio realizado en el Suroccidente del país por la Universidad del Valle, donde se obtuvieron 286 registros en 82 municipios, se incluyeron aquí las diversas modalidades organizativas que adopta la sociedad civil, como fundaciones, asociaciones, colectivos informales o formales, aglutinadas en torno al quehacer audiovisual, grupos étnicos, organizaciones afrocolombianas, etc.

Igualmente, se incluyeron en esta panorámica algunas instituciones públicas del sector educativo y del área audiovisual, pequeñas empresas productoras y canales de televisión regional y local.

La hipótesis de esta investigación apunta a demostrar que la actual producción audiovisual que surge desde la sociedad civil en el Caribe colombiano no solo responde a realidades y procesos socioculturales de la región, sino que estos

usos del audiovisual constituyen una propuesta de agenciamiento y de acompañamiento social que desafía las narrativas mediáticas hegemónicas, tanto en sus contenidos como en sus formas. Al final de este volumen sabremos si esta afirmación tiene asidero en la realidad investigada.

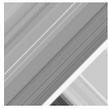
▣ Notas

- 1 Reseñada por Gonzalo Restrepo en su *Breve historia de los cineastas del Caribe colombiano*. La publicación tenía el título de *El Kine*, y era editada por la Empresa de Kinematógrafos.
- 2 Gonzalo Restrepo Sánchez. (2003). *Breve historia de los cineastas del Caribe colombiano*. Barranquilla: Ideas Gráficas.
- 3 Ernesto McCausland Sojo. (2006). *Telecaribe. 20 años construyendo región*. Barranquilla: Telecaribe.



Capítulo 2
**Coordenadas conceptuales,
hipótesis e indicadores**





■ 1. Coordenadas conceptuales

El teórico argentino de la comunicación Aníbal Ford señaló con pertinencia que en nuestros tiempos existe una hegemonía de la imagen y lo audiovisual. Se trata de “la carga simbólica de los contenidos de los medios cuasi globales: etnocentrismo, visión exótica del resto del mundo, estigmatización, discriminación cognitiva, etc. [...]”. Desde esta posición hegemónica los grandes conglomerados mediáticos “se han atribuido el derecho a procesar la cultura de los otros en franco choque con ‘los derechos a la diferencia cultural’ y con las necesidades de que cada cultura determine autónomamente cuál es la información socialmente necesaria para su desarrollo”. (Ford, 2003, p. 14).

23

Frente a los desafíos de esta cultura audiovisual contemporánea, agenciada desde el lucro y la mercantilización, es posible vislumbrar las lógicas con las que los sujetos culturales latinoamericanos inician una relación táctica con la imagen y lo audiovisual, que permite incidir en la configuración de los imaginarios y situar sus voces y sus narraciones en la icono-tecnosfera moderna, aunque, como señala Barbero,

... la noción de sociedad de la información se halla [sic] lastrada en nuestros países de una fuerte complicidad discursiva con la modernización neoliberal, racionalizadora del mercado como único principio organizador de la sociedad en su conjunto, según el cual, agotado el motor de la lucha de clases, la historia habría encontrado su recambio en los avatares de la información. La centralidad que las tecnologías ocupan en esa concepción de la sociedad resulta desproporcionada y paradójica en países en los que el crecimiento de la desigualdad atomiza las sociedades deteriorando sus dispositivos de comunicación, esto es de cohesión cultural y política. (Martín-Barbero, 2003, p. 18).

Coordenadas conceptuales, hipótesis e indicadores

Así, en el contexto actual de las sociedades de la comunicación y la información, el acceso, el control y el uso de las nuevas mediaciones tecnológicas son decisivos para la construcción de espacios y discursos democráticos y participativos. Reflejando las luchas por el reconocimiento, los agenciamientos socioculturales y la construcción de la memoria social, “El cine, el video, la radio, la prensa gráfica y la televisión proponen un conjunto de representaciones en torno a la realidad social y sus usos emergentes”. (Aguayo p. 52).

La inquietud sobre los accesos, los usos y las apropiaciones sociales del audiovisual en el contexto amplio de América Latina, particularmente en el Caribe colombiano, se vincula entonces a una constelación de conceptos, como sociedad mediatizada, tecnologización, brecha social, consumo, narración, imagen y pantalla. Esta constelación de categorías es pertinente, pensando que en la región Caribe los grupos sociales que se narran en procesos audiovisuales agenciados desde sus inquietudes, necesidades y posibilidades están construyendo una gramática audiovisual de sí mismos y de su entorno, y son estas construcciones, más que las presencias de las tecnologías, lo que interesa cartografiar en esta investigación. Partiendo de un hecho, como tanto ha insistido Martín Barbero, de que “las masas en América Latina se están incorporando a la modernidad no de la mano del libro, no siguiendo el proyecto ilustrado, sino desde los formatos y los géneros de las industrias culturales del audiovisual”. (Martín Barbero, 2003, p. 207).

Adoptamos estos términos porque sirven como marco tanto para la comprensión del largo y necesariamente controvertible proceso de colonización de los imaginarios a través del audiovisual hegemónico, que es importante cuestionar, como para entender los aprovechamientos tácticos que de estos recursos realizan las organizaciones sociales.

1.1. Urgencias de la sociedad mediatizada: “Technology can hold you back or set you free”

En el panorama actual de sobremodernidad, determinada por globalización económica y mundialización cultural (Augé, 2007), parece evidente que la proliferación de dispositivos mediáticos tiene repercusiones sobre las nuevas formas de sentir y percibir, lo que en palabras de Martín Barbero sería la transformación y consolidación de un nuevo sensorium (2003, p. 62).

Allí, los soportes (papel, pantallas, archivos digitales, etc.) y los dispositivos (cámaras, celulares, portátiles, ipods, ipads) parecen, por un lado, desbordar los procesos tradicionales de la comunicación, impactar en las formas de uso del tiempo y del espacio, y engrosar los flujos de contenidos y la proporción de información a la que es posible acceder, y, por otro, diversificar los procesos de

apropiación que son posibles hoy por grupos, comunidades y movimientos sociales. Apunta Martín Barbero que en América Latina:

Junto con la nueva necesidad de alfabetización, la inserción de nuestros países en los desafíos y potencialidades de las TIC pasa por un proyecto compartido de investigación acerca de *los modos cómo las culturas locales –municipios, etnias, regiones– se están apropiando de las culturas virtuales*, esto es, de las modalidades de interacción con las redes de información que las comunidades seleccionan y desarrollan, de las transformaciones que sus usos introducen en la vida colectiva, y de los nuevos recursos –técnicos y humanos– requeridos para volver socialmente creativas y productivas esas interacciones (Martín-Barbero, 2005, p. 34).

De modo, anota este autor, que si la revolución tecnológica de las comunicaciones ensancha la brecha entre sectores sociales, culturas y países, “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. (Marín-Barbero, 2009, p. 14).

Al respecto es pertinente citar el caso de las comunidades indígenas del Caribe colombiano que agencian desde tiempo atrás procesos de apropiación de la cultura audiovisual y herramientas virtuales como blogs y páginas web para reafirmar su presencia en tanto fuerza social y posicionar sus mensajes en el entorno mediático y político de la sociedad occidental. Y, por otro lado, casos como el del Colectivo de Comunicaciones Montes de María serían ejemplo de esa capacidad de movilización de la imaginación social para potenciar las posibilidades de participación democrática y creatividad.

25

La CEPAL, por su parte, ha advertido también sobre la nueva forma de exclusión que se configura con la llamada “brecha digital”:

El hecho de que las TIC y las prácticas digitales tengan consecuencias que van más allá de la esfera económica y sean aplicables en el ámbito de la salud, la política, la administración pública, la educación e investigación, así como en actividades culturales, sociales e incluso religiosas, demuestra el potencial que tiene el paradigma tecnológico actual para el desarrollo. Por otra parte, se va perfilando una nueva forma de exclusión, denominada ‘brecha digital’, capaz de ampliar el abismo que separa a las regiones y a los países (la brecha digital internacional) y a los grupos de ciudadanos de una sociedad (la brecha digital doméstica). (CEPAL, 2003, p. 16).

En América Latina “la brecha digital [...] agrava el tema en relación a disponibilidad de equipos, conexiones, pedagogías, formación, seguimiento y gestión, todos estos aspectos plasmados en políticas culturales de alfabetización”. (Treyos, 2006, p. 503). Frente a estas urgencias de la sociedad mediatizada, en esta trama de posibilidades y de dificultades de usos y de accesos que ofrecen hoy

Coordenadas conceptuales, hipótesis e indicadores

las relaciones entre las tecnicidades y las socialidades, urgen entonces políticas públicas para promover el acceso y la alfabetización tecnológica y comunicacional de los distintos grupos sociales.

De entrada, sabemos que, incluso hoy, en medio del paraíso tecno-mediático de aspiración global no hay garantías. Como tanto insisten los publicistas de dicho edén, las tecnologías comunicacionales son como una puerta, pueden estar abiertas o cerradas, “las tecnologías te pueden frenar o liberar”;¹ así, las posibilidades de la narración audiovisual son las de “excluir tanto como incluir, aislar tanto como integrar. Igual que un umbral, la pantalla (y el audiovisual) puede ser definida como una frontera significativa y potencialmente ritualizada [...] o casi como una frontera invisible, cuando sus mediaciones y comunicaciones se han convertido en algo que se da por supuesto”. (Silverstone, 2007, p. 2).

Las nuevas tecnologías pueden apuntalar esfuerzos por insertar inquietudes socioculturales en las dimensiones políticas que hoy adquiere el audiovisual para los grupos sociales. Así, por ejemplo, igual que la Internet, permiten una manifestación vigorosa, pero inestable, de las inquietudes culturales de ciudadanos consumidores y usuarios, y aparecen como otro ámbito de gestión cultural en general en América Latina. (Trejos, 2006).

Los usos alternativos y las posibilidades de gestión diferenciada que puedan convertir estos dispositivos en soportes de un foro social, en herramientas de denuncia y consumo crítico, necesariamente son consecuencia de una actitud de apropiación crítica de consumidores que también se conciben como ciudadanos o con pertenencia a un ámbito de lo social. (Trejos, 2006).

Del audiovisual como recurso social y político, como nicho de las recursividades sociales de apropiación de las tecnologías puede decirse lo mismo que apuntaba Silverstone sobre la pantalla: “... se convertirá en el umbral, en la puerta a un mundo público de oportunidades y ocasiones simbólicas y materiales”. (Silverstone, 2007, p. 2). La pantalla, y por extensión el audiovisual, continuando con este autor, “es el punto en el que las culturas pública y privada se encuentran, el punto de intercambio, una especie de crisol en el que se funden la información y el entretenimiento, las identidades individuales y sociales, la fantasía y la realidad”, se trata, además, de un “objeto social y simbólico: como el foco no solo de una serie de prácticas de comunicación, sino como parte de la cultura del hogar, una cultura privada y doméstica que a su vez está inserta en la más amplia cultura de un vecindario y de una nación”. (Silverstone, 2007, p. 2).

En el mismo sentido, Terrero (1996) señala que hoy “los aparatos de video, la televisión, la computadora, las tecnologías, el CD-ROM, Internet, las transmisiones vía satélite, tienden a construir una nueva formación centrada en la presencia de la imagen-sonido y una nueva modalidad de integración e interacción

¹ Ver publicidad de Toshiba para computadores portátiles, “Technology can hold you back or set you free” Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=S32IEbeVqZA>.

tecnológica del hogar con redes de información y diversión”, y, además, “las tecnologías, los objetos y la multiplicidad de productos que circulan en el mercado de lo audiovisual dan cuenta de su desigual distribución social y las diferencias sociales que pautan los usos.” (Citada por Ortiz et al., 1999, p. 17). Y, por ejemplo, como es conocido:

La industria del cine presenta en los últimos años un aumento de coproducciones y algunos avances en su desarrollo como industria (Ley de cine del año 2003 en Colombia), pero esos avances se ven neutralizados en gran medida por la ausencia de unas políticas “que aprovechen las sinergias de una política integral audiovisual” (E. Bustamante), esto es, que involucren cine, televisión y nuevas tecnologías, y que no se restrinjan a la producción sino que incidan sobre la distribución y la exhibición. (Martín Barbero, 2005, p. 13).

En lo que respecta particularmente al cine, en palabras de Eduardo Russo, “resulta más difícil aún establecer las dinámicas de lo que está pasando; incluso a veces se dificulta hasta la mera acción de brindarle algún nombre, para designarlo con los instrumentos conceptuales apropiados”. Se trata, según el mismo autor, de una intensa ola de realizaciones, de nuevos realizadores y de actualizadas formas de producción audiovisual. Procesos que, además, se dan en el contexto de “una profunda mutación no solo de las modalidades de desarrollo y producción en las artes audiovisuales, sino también en su circulación social y en sus vías de encuentro con los espectadores a quienes estas obras están dirigidas”. (2008, p. 26).

En este espectro de posibilidades, que según Russo aún no sabemos cómo nombrar para aprehenderlo conceptualmente, vemos cómo se intensifican las dificultades de producción desde abajo y tienden a disolverse las fronteras entre producción de masas y productos alternativos, industria y consumo. Esto complejiza aún más el panorama para los grupos, movimientos y organizaciones sociales que se proponen narrar sus experiencias, necesidades y reclamaciones al establecimiento social desde las márgenes de la industria y el capital.

Por ello, “deberíamos pensar en cómo se transformarían las organizaciones y redes para el cambio social a partir de un uso que no se limite a la mera transmisión. Ello nos llevaría a explorar qué otros lenguajes subyacen en estos usos y qué otros relacionamientos se construyen a partir de las cercanías que ofrecen las TIC”. (Cremona, 2007, p. 188). Siguiendo con este estudio,

... es preciso pensar en la necesidad de promover iniciativas de capacitación en las cuales los dirigentes y militantes de movimientos y organizaciones sociales puedan incorporar conocimientos que les permitan servirse de las técnicas de producción mediática para la realización de productos comunicacionales en torno a su realidad, generados autónomamente. Estos procesos de capacitación podrían mejorar la incidencia pública de estas organizaciones. (Cremona, 2007, p. 178).

Coordenadas conceptuales, hipótesis e indicadores

Por ejemplo, en Colombia las posibilidades de las nuevas tecnologías se emplazan en relación con la construcción de representaciones y narraciones desde las víctimas de la violencia política, en las reclamaciones de las llamadas minorías, en los grupos sociales que demandan atención sobre diversas problemáticas urbanas, y en las comunidades artísticas y grupos culturales, ordenando mecanismos narrativos para la construcción y la auto representación de sus identidades, entre otros muchos otros usos.

No obstante la precariedad de la alfabetización tecnológica, las limitaciones de acceso a los soportes y la falta de escuelas de formación accesibles para estos grupos, tenemos que en la región Caribe los accesos y los usos que relacionan espectadores y productores, espacios y soportes, en ejercicios de nuevas participaciones desde abajo (Fouce, 2008, p. 262), son significativos en tanto implican la construcción de una imagen, unos relatos y unos testimonios cercanos, propios, que revelan el uso y el curso de dinámicas de las nuevas tecnologías en la vida, la cotidianidad cultural y comunicacional, en el seno mismo de los procesos sociales.

El testimonio de un dirigente comunal de Cartagena ilustra, como veremos en el siguiente capítulo, la utilidad del internet y del correo electrónico para hacer efectiva la exigibilidad de los derechos ante las autoridades distritales, al encontrar en estas herramientas una forma de interlocución y de visibilización de las reclamaciones pendientes de los sectores populares.

Considerando el espesor de estas posibilidades, y también de las dificultades, las tecnologías de producción del audiovisual y los procesos de consumo son fundamentales en la producción de las narraciones con las que se expresan hoy las subjetividades, las reclamaciones colectivas, las memorias y, en general, los procesos de configuración de socialidades.

Es evidente que se trata de procesos de capitalización cultural, que completan y diversifican los discursos sobre las experiencias de grupos particulares, que, además, son recursos de diversidad cultural para el desarrollo social (Yúdice, 2002). Pero, como sabemos, también es un hecho que estos procesos de agenciamiento audiovisual no escapan a los determinismos de dinámicas transnacionales de economía y tecnologización, que todavía dicen mucho y se insertan de diversas maneras en estas gramáticas audiovisuales de los márgenes.

Para problematizar estas 'relaciones', podemos recordar las inquietudes muy vigentes de Michel Mattelart:

¿Cómo alinear la lógica del comercio con la lógica social que gobierna los intereses grupales, con la base siempre más amplia de la producción audiovisual, con la participación de los ciudadanos, en la elección de tecnología y la definición de su uso? ¿Es un 'producto local' aquel que permite a una colectividad específica expresar sus sonidos e imágenes, compatibles con el mercado internacional, y apropiárselos? ¿Existe un

producto alternativo, que pueda ser internacional, aunque no dentro del molde de una cultura masiva transnacionalizada? (Mattelart, citada por Yúdice y Miller, 2004, p. 146).

1.2. Capital social, mediatización, tecnologización y diversidad

Dentro de ese universo de posibilidades y limitaciones que señala la sociedad mediatizada, los usos sociales del audiovisual aparecen como un segmento significativo de gestión y enriquecimiento del capital social. Sobre todo, si, como apunta De Moraes (2007), la intensificación tecnomediática define el capitalismo contemporáneo como una red de interconexiones electrónicas que redundan en la competitividad, que será efectiva según los datos y conocimientos que se tengan y sirvan para manejar y capitalizar la información en un compás inagotable y frenético de velocidad, obsolescencia y mercantilización fundamentalmente mediatizados.

El desafío que enfrentamos está entonces en el aprovechamiento cultural y político de las posibilidades que ofrecen las tecnicidades y la resolución de las dificultades de uso y acceso significativos, en relación con el tema de la brecha digital; precisamente, las posibilidades del audiovisual y los usos culturales de las tecnologías de producción del mismo, dependen del tratamiento político y económico de dichas dificultades.

Necesariamente, las posibilidades de estos usos se dan en un terreno cultural, entendido este como el conjunto de las redes y las prácticas que dan cuerpo a lo social. Lo cultural remite siempre en este estudio a un escenario de hegemonías constituido entre estrategias y tácticas cotidianas (De Certeau, 1996).

El conjunto de varias tecnologías imprime imágenes, creencias y actitudes potenciadas a la realidad y los imaginarios del presente. Así, las nuevas tecnologías

expresan su mayor utilidad en tanto tecnologías “socializadas” o “socializables”, y como productoras de valor social y valor cultural: a través de los usos, los medios, los contextos y las consecuencias de las NT. En la práctica, estamos hablando de la construcción de nuevas realidades sociales. Y, por último, nuevas realidades sociales implican nuevos problemas, y nuevas perspectivas de observación y de análisis. (Vizier, 2007, p. 48).

Hoy, un tema medular son los procesos que forjan los cambios en las costumbres y los usos de las TIC. También este autor pone énfasis en la inclusión de nuevos aparatos tecnológicos que, al modificar las relaciones humanas, convierten las prácticas sociales en actividades sociotécnicas. (Vizier, 2007).

Como ya ha señalado Chomsky (2003, p. 1), actualmente la relación entre los medios de comunicación y los asuntos políticos implica cuestionar “el tipo de mundo y de sociedad en los que queremos vivir, y qué modelo de democracia queremos para esta sociedad”; lo que en un sentido democrático, siguiendo con el mismo autor, puede servir para afirmar que “en una sociedad democrática [...] la gente tiene a su alcance los recursos para participar de manera significativa en la gestión de sus asuntos particulares, y [...] los medios de información son libres e imparciales”.

Esto para contrarrestar lo que en realidad tiende a hacerse hegemónico en el mundo de hoy, y es la idea de que “no debe permitirse que la gente se haga cargo de sus propios asuntos, a la vez que los medios de información deben estar fuerte y rígidamente controlados”. Precisamente, frente a estas violencias, los consumos y los usos del audiovisual generan procesos alternativos de desarrollo y de fortalecimiento de dinámicas culturales y políticas.

1.3. Consumos culturales como escenarios históricos de relaciones con el audiovisual

García Canclini puntualiza el consumo cultural como el “conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (1999, p. 42). Condensando una tradición de crítica al respecto, plantea el consumo como escenario de integración y comunicación, donde se plasma la diferenciación social y la distinción simbólica entre grupos sociales.

30

Martín Barbero propone en consonancia que “... el consumo no es solo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales” (1987, p. 231).

El consumo cultural se ofrece como uno de los horizontes de comprensión de las identidades, precisamente por matizar las interpretaciones teóricas de los actos de consumo al poner sobre el tapete aspectos simbólicos y estéticos. Por ejemplo, las relaciones de los sectores sociales con lo audiovisual, en el contexto de las luchas por el reconocimiento y el posicionamiento de unos referentes, unas experiencias particulares diferenciadas desde su cotidianidad.

Una perspectiva histórica del consumo de la imagen, y recientemente del audiovisual, permite ver cómo el consumo de la imagen y la sonoridad es un proceso de larga duración, que en América Latina da luces sobre la relación actual de

los sujetos y los grupos con la icono-tecnosfera de la sobre modernidad. Una perspectiva como esta permite describir un viaje largo, que va de la imagen barroca a la imagen electrónica. (Gruzinski, 1998, pp. 160-199). El consumo de las imágenes en esta región “al sur de la modernidad” (Martín Barbero, 2001) provee conexiones que recorren, a través de la sensibilidad ante las imágenes y los consumos de imaginarios, varios siglos de continuidad.

Lo que estamos argumentando es que en la región Caribe, y probablemente en otras regiones de Colombia, el consumo y la producción de lo audiovisual desde los márgenes está vinculado al mundo de la imagen electrónica, de lo imaginario híbrido, producto de un consumo diferenciado que en América Latina es clave para entender este presente marcadamente audiovisual. En este contexto (se acepta que los recorridos de los imaginarios y de mezclas no son previsibles), esta relaciones con lo audiovisual son necesarias en un espacio donde la cultura de la letra y los letrados no han sido nunca suficientes para la consolidación de los relatos eficaces de la existencia social, cultural y política, ya sea de forma individual o colectiva.

Adicionalmente, respecto a la relación tecnología y comunicación, el consumo cultural es un planteamiento capital para entender cómo se da la relación entre la audiovisualización imperialista de la cultura de base económica y la diferenciación simbólica de los sujetos. En De Certeau (1996), encontramos que la comunicación no es solo información y dominación tecnológica. Vemos que el desarrollo de la comunicación pasa primero por las redes de los usuarios, por los movimientos sociales, y no por las redes tecnológicas de información.

Con esta perspectiva, el autor pone énfasis en la comunicación como un uso social, en la que la información y la tecnología son únicamente otros ingredientes, lo que sirve para subrayar un lugar común de los epígonos del progreso tecnológico, que consiste en reducir la comunicación al despliegue de estos elementos, centrales, pero no únicos.

En el libro *Al sur de la modernidad* (2001), Jesús Martín-Barbero plantea la necesidad de pensar la comunicación desde la cultura, es decir, como una escena de mediación y reconocimiento social, que interviene y conforma las instituciones, las socialidades y las prácticas. Esta perspectiva sobre la comunicación, compartida por ambos autores, puede ayudar a legitimar la comunicación como lugar estratégico para pensar la estructuración simbólica de los sujetos desde el paradigma de la mediación y el análisis cultural, en los que insiste Martín-Barbero a lo largo de sus propuestas.

Esta visión de la relación entre comunicación y tecnología permite ver las distintas facetas que ofrece el consumo en general hoy día. De un lado, tiene razón Ewen cuando sostiene que consumir significa destruir o gastar, por lo que la sociedad moderna deviene destructora, anclada en un sistema de valores marcado por lo obsolecente. La cualidad esencial de una sociedad de consumo

es el desperdicio premeditado (1998, pp. 271-299), donde el mercado engloba todo y lo hace obsoleto, torna todo resbaladizo y peligroso, e, incluso, tiene la capacidad de transformar movimientos sociales en clichés de consumo (1998, pp. 137, 291-297). Pero, por otro lado, vemos también el consumo como dinámica cultural donde se abren las posibilidades de diferenciación simbólica de los sujetos, ya sea en la colonia o en la actualidad, en tensión con los fines metropolitanos, imperialistas o globalizadores. El consumo cultural es leído por diversos autores a lo largo de América Latina como un rito contemporáneo que, como sostiene Martín Barbero, "... no es solo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que le dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales" (2002, p. 231).

1.4. Usos sociales y apropiaciones del audiovisual en el Caribe colombiano: una hipótesis

Es entonces en este marco de usos, consumo y apropiaciones de las nuevas tecnologías del audiovisual para la producción de sentidos donde se inscribe este estudio exploratorio, y la hipótesis comprobada es que las prácticas audiovisuales que adelanta la sociedad civil del Caribe colombiano no solo responden a las realidades y procesos socioculturales de la región, sino que, en esa medida, los usos y productos audiovisuales que se han identificado constituyen una propuesta de agenciamiento y acompañamiento social que desafía las narrativas hegemónicas, tanto en sus contenidos como en sus formas.

32

Para verificar este supuesto se recurrió a una serie de indicadores, que en el siguiente capítulo veremos desarrollados en un mapa exploratorio de los usos del audiovisual en la región Caribe:

- a) Actores sociales con actividad audiovisual en la región Caribe en el período 2004-2010. Aquí se encontraron organizaciones sociales de base, colectivos audiovisuales, instituciones educativas o culturales, y realizadores independientes.
- b) Obras o productos audiovisuales realizados en el periodo de estudio por los actores sociales contactados. Se reportaron tanto obras finalizadas como en proceso con su duración, formato, género, productores y temáticas.
- c) Temáticas abordadas en los productos audiovisuales identificados.
- d) Otras actividades del campo audiovisual agenciadas por los actores sociales contactados, como formación de públicos, exhibición o formación para el audiovisual.

- 
- e) Caracterización de los actores sociales según sus percepciones, estrategias de producción y distribución, motivaciones, herramientas técnicas y conceptuales, contenidos predominantes.
 - f) Distribución de actores en la región Caribe por departamento y ciudad.
 - g) Clasificación de los actores sociales por tipo y por departamentos.



Capítulo 3
**Mapas exploratorios de los usos
del audiovisual en el Caribe colombiano**



▣ 1. Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano

1.1. La sociedad civil en el mapa audiovisual del Caribe

El objeto de búsqueda para construir este mapa exploratorio de los usos del audiovisual en la región Caribe fueron las experiencias de apropiación, producción y circulación de productos audiovisuales agenciadas por organizaciones sociales de base, organizaciones no gubernamentales, instituciones educativas, fundaciones, colectivos conformados de manera formal o informal para la producción audiovisual y realizadores o productores independientes que presentan un trabajo audiovisual continuo en el periodo comprendido entre el año 2004 y el año 2010.

Entre los actores sociales caracterizados se encuentran también organizaciones que han realizado o realizan productos audiovisuales como apoyo, complemento o herramienta de su trabajo social, independientemente del género o del formato audiovisual empleado para realizar dichos productos. Por ello, se encuentran aquí trabajos en clave de documental, ficción, educativos, institucionales, memoria de proyecto y productos derivados de las actividades de capacitación.

El escenario que nos muestra esta indagación es de una atención múltiple pero dispersa hacia el lenguaje audiovisual y las nuevas tecnologías de información y comunicaciones, lenguaje que, por demás, se encuentra incorporado a casi todos los espacios de la vida cotidiana: casa, oficina, barrio, escuela o universidad, lo que se traduce en la existencia de “comunidades virtuales” que comparten todo tipo de contenidos, especialmente en imágenes.

Para el caso de los realizadores independientes, universidades y colectivos audiovisuales se acotó la muestra al género documental, pero sin descartar propuestas o formatos híbridos en el que se mezcla lo documental con lo argumental o la puesta en escena, recurso empleado desde siempre por los documentalistas alrededor del mundo. Se focalizan, en este campo, las obras o los productos asociados a las dinámicas sociales, políticas, ambientales o culturales de la región, aunque, de nuevo, en algunos casos es difícil diferenciar los videos o documentales cuyo fin declarado es la expresión artística de los que se hacen con propósitos de información o denuncia.

No se incluyeron en la búsqueda los productos realizados para la televisión regional o nacional (abierta o por suscripción) con fines comerciales o para programas de entretenimiento, deportes, informativos, musicales o transmisiones de eventos especiales como el Carnaval de Barranquilla, el Festival de la Leyenda Vallenata, el Reinado Nacional de la Belleza, etc.

En lo que respecta a los procesos de identificación y estudio de las unidades de análisis, éstos se desarrollaron bajo unas premisas metodológicas híbridas, es decir, combinando fundamentos de la entrevista semi dirigida, aplicada a los líderes de los procesos, con la interacción amplia, cada vez que fue posible, con sus propuestas y productos, y considerando, además, elementos extraídos de la observación de los contextos en los que se desarrollan los agenciamientos audiovisuales. En lo posible, nos trasladamos hacia los lugares de trabajo de las personas entrevistadas con una premisa un tanto naturalista, guiando los procesos de entrevista y de observación, es decir, interpelando en lo posible a los sujetos en sus contextos cotidianos o próximos.

Planteamos el trabajo de campo de ese modo para tratar de “asistir al mundo social” en el que se producen las prácticas de nuestro interés, equipados obviamente con las coordenadas conceptuales que presentamos en el capítulo anterior y con los instrumentos de recolección de datos también previamente organizados, algunos ya estructurados, como fichas de registro, y otros con algunos lineamientos previos pero abiertos al devenir de las interacciones, como es el caso de las entrevistas.

En la primera fase de la investigación se utilizó una ficha general la cual fue diligenciada con la información de los 148 actores sociales contactados, con la cual identificamos 166 productos audiovisuales con su título, ficha técnica, sinopsis, año y lugar de realización, productores, formatos, temáticas, intenciones, presupuesto y datos de contacto, entre otros, con lo cual obtuvimos un primer mapa de la situación.

36

En la segunda fase se apuntó a identificar las treinta experiencias más significativas de la región, con base en los siguientes criterios:

- a. Relevancia del trabajo audiovisual para los objetivos y actividades de la organización, cuando se trataba de organizaciones sociales.
- b. Relación entre las actividades o contenidos producidos por la organización, realizador o grupo con realidades y procesos socioculturales de la región Caribe.
- c. Grado de desarrollo de la experiencia: incipiente, en vías de consolidación o consolidada.
- d. Impacto sobre el entorno o grupo social en que se desarrolla la experiencia.
- e. Interés, originalidad y pertinencia de la experiencia o producto en el contexto regional.

Aplicados estos criterios al conjunto de actores sociales con los que se estableció contacto, se obtuvo una lista de 28 experiencias destacadas a las cuales se les envió la encuesta diseñada por la Universidad del Valle para la caracte-

rización de experiencias en la región Pacífica.¹ Esta comprende preguntas de información general sobre la organización, el colectivo o el realizador; de selección, para determinar el tipo de organización, actividad principal y estrategias de financiación y divulgación del trabajo audiovisual; de ampliación, con las que se buscaba conocer los proyectos ejecutados durante el período de estudio, quiénes integran la organización, pertenencia a redes o alianzas, y los géneros y temáticas más empleados; y finalmente, las preguntas abiertas indagan sobre las motivaciones, sueños y dificultades que encuentran en su trabajo, lo cual implica una reflexión sobre el quehacer audiovisual.

Las 28 experiencias exitosas de la sociedad civil caracterizadas a partir de la encuesta son las siguientes:

Organizaciones sociales

Se agrupan aquí las experiencias que se presentan como personas jurídicas sin ánimo de lucro bajo la modalidad de fundaciones, corporaciones, asociaciones o colectivos.

1. Colegio del Cuerpo - Cartagena
2. Asociación Santa Rita para Educación y Promoción (Funsarep) - Cartagena
3. Corporación de Desarrollo Solidario (CDS) – Bolívar
4. Comfenalco y Festival de Cine de Cartagena (que adelantan en conjunto un programa de formación) - Cartagena
5. Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21 – Carmen de Bolívar
6. Corporación Jupaco de San Basilio de Palenque – San Basilio de Palenque
7. Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi (representado por la Organización Gonawindúa Tayrona) – Santa Marta
8. Canal Kankuama TV- Atánquez
9. Asociación Pro desarrollo de Familias del Suroccidente de Barranquilla (Aprodefa) – Barranquilla

¹ *Usos de tecnologías audiovisuales entre organizaciones sociales de Nariño, Cauca y Valle del Cauca*, investigación, fase I, informe de avances, Ministerio de Cultura, PAN, Universidad del Valle, 18 de diciembre de 2009. Esta encuesta se basó en una revisión de encuestas elaboradas por la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, Códice Comunicaciones, la Cinemateca Distrital y Bacico, y fue adaptada a la investigación del Caribe con el fin de mantener en lo posible los mismos parámetros de estudio y ofrecer la posibilidad de establecer comparaciones.

10. Fundación Cazadores de Auroras - Barranquilla

11. Fundación Henrietta's Group – San Andrés

Colectivos audiovisuales

Constituidos como empresas de producción audiovisual que prestan servicios de producción y postproducción pero que suelen adelantar proyectos propios con fines de expresión artística, denuncia o acompañamiento social.

1. Colectivo Audiovisual Pimentón Rojo - Barranquilla
2. Alemao Producciones y Mojarra Films - Barranquilla
3. Julio Charris Gallardo Producciones - Barranquilla
4. Colectivo Audiovisual *Creating Medios* – San Andrés

Realizadores independientes

1. Javier Saltaín - Barranquilla
2. David Britton - Barranquilla
3. Alvaro Serje - Barranquilla
4. Armando Bolaño - Barranquilla
5. Alejandro Angel- Barranquilla
6. César Augusto Berrocal - Montería
7. John Jairo Narváez - Cartagena
8. Emiro Méndez Flerez - Cartagena

Eventos de circulación y formación de públicos

1. Salón Internacional del Autor Audiovisual - Barranquilla
2. Festival Internacional de Cine al Aire Libre Cine a la Calle - Barranquilla
3. Festival de documentales por el Caribe colombiano Locumental - Barranquilla

4. Festival de cine documental de Providencia Seaflower – Providencia
5. Festival Internacional de Cine Infantil y Juvenil Cinecita – Santa Marta

1.2. Caracterización de las organizaciones sociales

1) *El Colegio del Cuerpo*

Año de creación: 1997

Sitio web: <http://www.elcolegiodelcuerpo.org/>

El Colegio del Cuerpo es un espacio cultural y educativo que a través de las búsquedas estéticas y artísticas pretende construir lo que ha denominado una nueva ética del cuerpo humano. Su propuesta pedagógica fue creada por el bailarín y coreógrafo colombiano Álvaro Restrepo y la bailarina y coreógrafa francesa Marie-France Delieuvin. Está centrada en el respeto y el cultivo del propio cuerpo, para formar un ser humano más “solidario, consciente, responsable, creativo, sensible, ético y humanista”.

Entre 2007 y 2010, con el auspicio del Gobierno japonés a través del Banco Mundial, la institución ha desarrollado en siete entes educativos de Cartagena el Proyecto MA (educación del cuerpo como instrumento para la formación de ciudadanos de paz, con la estrategia Educar con la Danza), dirigido a 1.200 niños y adolescentes de las poblaciones más vulnerables del distrito. El fin del proyecto es contribuir al mejoramiento de la calidad educativa y del entorno de niños y adolescentes.

En el marco de una actividad llamada “Los lenguajes del arte”, el Colegio hizo talleres audiovisuales de apreciación cinematográfica, y técnicas de producción audiovisual en los que niños, niñas y jóvenes desarrollaron sus propios proyectos audiovisuales, que dieron como resultado la realización de 150 cortos. Estas actividades fueron desarrolladas por realizadores audiovisuales talleristas vinculados al proyecto para tal propósito.

El colegio del cuerpo también recurre al audiovisual para hacer tangible su quehacer a través de la memoria fílmica. Actualmente están en proceso de recuperación de esa memoria, ya que para ellos, que trabajan esencialmente con recursos de cooperación internacional, es un componente fundamental de seguimiento y evaluación de todos los procesos.

Igualmente, El Colegio del Cuerpo desarrolla un taller experimental permanente de videodanza, donde se estudia la relación de la danza con el audiovisual y se hacen ejercicios en video. David Covo expresa en este sentido que “se están empezando a producir algunos trabajos interesantes en esta área gracias al espacio

y al interés de la institución en incluir el audiovisual como área de importancia fundamental que complementa la formación integral de los bailarines”.

2) Asociación Santa Rita para la Educación y Promoción (Funsarep)

Año de creación: 1987

Sitio web: <http://www.funsarep.org.co/>

Funsarep trabaja por la formación, educación ciudadana y promoción de una ética civilista aplicada a la capacitación en derechos humanos, desarrollo y democracia, con enfoque de género. Así mismo, busca

contribuir al desarrollo humano y social de las comunidades humanas, prioritariamente de identidad étnica afrocolombiana, que habitan las comunas 2 y 3 de la Localidad Histórica y del Caribe Norte de Cartagena de Indias, incorporando la perspectiva de género, construyendo ciudadanía plena y empoderamiento de los sujetos sociales participantes, especialmente mujeres, jóvenes, niños, niñas y organizaciones sociales, e implementando procesos comunicativos para la incidencia y articulación social y ciudadana.

Con respecto al uso del audiovisual, Carlos Díaz, director de Funsarep, explica que este hace parte de una estrategia para lograr que el mensaje le llegue a la gente a través de un “cuento”. En el contexto urbano de estos trabajos argumentales, las problemáticas que destacan son las del desplazamiento, la vida cotidiana de los barrios periféricos y la construcción de una nueva ciudadanía que supere problemáticas como el machismo, el racismo, el deterioro ambiental y social, entre otras. La idea de comunidad es fundamental en el trabajo de esta organización, y esto queda claro tanto en la parte de producción de las experiencias audiovisuales como en la etapa de circulación. Generalmente, los barrios escogidos para el estreno son aquellos que participaron en la producción. Así, la gente se aglomera en el parque o en la biblioteca, y entre comentarios, bromas y risas ven las historias, pero también se ven a sí mismos.

Entre las experiencias recogidas en Funsarep se resaltan tres: *El manco recto*, historia de un muchacho cartagenero que, al jamás bajarse de su bicicleta para ocultar que es cojo, se enfrenta a un gran problema cuando se enamora y empieza una relación con una muchacha que no logra entender su pasión por la bicicleta. Con la dirección de Ricardo Ramos, *El manco recto* es una creación colectiva del grupo de jóvenes participantes, editada de forma casera con dos reproductores VHS. El proyecto fue la primera iniciativa audiovisual de esta asociación.

Se quemó la panela trata de un grupo de amigos de barrio que, mientras juegan a las escondidas, revelan sus secretos más íntimos. Bajo la premisa de no saber quién es quién surge un evento que complicará la trama y la vida de los persona-

jes. Y, finalmente, *Canto a la libertad* es un relato sobre la historia y las tradiciones de las comunidades afrodescendientes en esta ciudad. Este trabajo contó con el apoyo del Ministerio de Cultura a través de la 'Convocatoria para nuevos creadores' del Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena.

En general, Funsarep busca la "Producción y difusión de relatos audiovisuales juveniles que recuperen la vida e historia cotidiana y los conflictos del ser ciudadanas y ciudadanos jóvenes de hoy." Para la difusión de sus productos audiovisuales utiliza una puesta en escena comunitaria a través de televisores instalados en parques, bibliotecas, iglesias, colegios y universidades, entre otros lugares.

3) Corporación Desarrollo Solidario (CDS)

Año de creación: 1991

La misión social de la Corporación Desarrollo Solidario (CDS) es "mejorar la calidad de vida de las comunidades campesinas de la zona rural de las comunidades del norte de Bolívar a través de la implementación de proyectos productivos".

Las actividades de tipo comunicativo y proyectos audiovisuales que esta organización ha realizado, si bien son pocas, muestran fundamentos del uso de la comunicación como herramienta para visibilizar el trabajo de la organización. Sin embargo, hasta el momento no ha podido implementar una estrategia de comunicación por falta de financiación.

Los jóvenes de la organización han hecho actividades audiovisuales con recursos propios. Así, se han realizado algunos filminutos con fines de crítica a problemáticas sociales, como el machismo y el consumo de drogas. Además, la CDS cuenta con algunas producciones documentales de muy bajo presupuesto, realizadas con ayuda técnica del canal de la Universidad de Cartagena. El tema de estos trabajos es la relación de las comunidades campesinas de Bolívar frente a la globalización económica: "Son videos enmarcados en el tema rural agrario, de género y de una red frutícola, que es un proyecto que está produciendo y transformando productos lácteos y derivados de las frutas; de la red de acueductos, que es otro proceso que tenemos aquí y es cómo trabajamos con las comunidades de base para que sean ellas quienes administren sus acueductos comunitarios".

El video de la Red de Mujeres Artesanas del Norte de Bolívar, *Pilanderas*, es un documental de quince minutos realizado por Arnoldo Arrieta y Pedro Nel Luna que recrea el trabajo artesanal de un grupo de mujeres en la zona rural de María la Baja, aprovechando los recursos del medio. El documento muestra cómo la fabricación de artesanías les facilita las relaciones de familia y los vínculos entre

ellas mismas. *Un sueño que se hace realidad* es otro documental, de once minutos de duración que trata de la iniciativa empresarial de un grupo de campesinos para la puesta en marcha de una planta de procesamiento de alimentos. Según la CDS, es un audiovisual de información y denuncia, cuyo objetivo principal es visibilizar el trabajo de los campesinos de Mahates. Y, finalmente, *De frente ALCAmpo colombiano*, de siete minutos de duración, realizado por el mismo grupo con fines de información, educación y denuncia, cuenta el papel que asumen los campesinos de María La Baja frente al Alca, cómo los afecta y cómo enfrentarse a él. Ocupó el primer lugar en el 'Concurso de videos latinoamericanos frente al Alca'.

Los usos que la CDS hace del audiovisual y de sus posibilidades comunicativas con fines sociales y comunitarios están centrados significativamente en el tema de la tierra. Y si bien la CDS está ubicada en Mahates, tiene una proyección hacia diversos espacios del departamento de Bolívar, y su espíritu social se puede sintetizar en el testimonio de Dyanis Peraza Rojas: "Nosotros vemos estos productos como el inicio de un proceso de comunicación que tiene una intención más política: el derecho a la comunicación. [...] yo estoy segura de que la estrategia de comunicación tiene un impacto que nos lleva a los resultados que queremos y a incidir políticamente, que es lo que nosotros queremos hacer: cómo movilizamos la fuerza social de campo".

4) Convenio Caja de Compensación Familiar Comfenalco y Festival internacional de cine de Cartagena de Indias (Ficci).

Sitios web: <http://www.comfenalco.com/> y <http://ficcifestival.com/>

En el campo de la promoción y formación de públicos, el convenio del Ficci y la Caja de Compensación Comfenalco tiene como objetivo rescatar el sentido de pertenencia de las comunidades afrodescendientes más vulnerables del Distrito de Cartagena y sus alrededores, a través del fomento de la cultura audiovisual. Este trabajo, coordinado por el instructor Andrés Lozano, desarrolla para jóvenes entre 7 y 15 años, de comunidades vulnerables, una serie de talleres teórico-prácticos en realización audiovisual, producción de cortometrajes, talleres de guión y apreciación de cine.

Como resultado de estas experiencias, existen varios cortometrajes y documentales que han sido proyectados en el marco del Ficci, entre los que se encuentra el documental *El leproario*, que contó con la investigación y participación de niños y jóvenes de la población de Caño de Oro.

Los cortometrajes *El hombre de las polainas* y *La leyenda de la bruja de Chavó* son fruto del taller audiovisual con niños de la Institución Educativa Caño de Oro. En el corregimiento de Bocachica, los talleres hicieron posible la realización de los cortometrajes *El sueño de pescaíto* y *Los guardianes del nido*. Finalmente, en Cartagena

niños de la zona suroriental de los estratos 1 y 2 participaron en todas las fases de realización del cortometraje *Mario: el niño de la tambora*.

5) *Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21*

Año de creación: 1994

Sitios web: <http://colectivolinea21.galeon.com/> y <http://montemariaaudiovisual.wordpress.com/>

El Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21 es una organización de comunicación para el cambio social, fundada en 1994 con el fin de crear y fortalecer espacios democráticos que les permitan a los ciudadanos de la subregión de los Montes de María (conformada por diecisiete municipios de Bolívar y Sucre) construir formas de socialización alternativas, en un marco de opciones distintas a la violencia. Soraya Bayuelo, fundadora y actual directora del Colectivo, ha manifestado que “el objetivo es empoderar a la gente de sus derechos y, sobre todo, del derecho a la comunicación”.

Desde una perspectiva de pedagogía para la paz y la cultura ciudadana, la organización ha desarrollado varias experiencias que, a nuestro juicio, resultan significativas. La primera de ellas fue la emisora comunitaria y el canal local de televisión Línea 21, desde el cual el Colectivo produjo y emitió, entre 1997 y 2009, una programación alternativa basada en historias y personajes locales, y en la cultura y los valores tradicionales de la región montemariana. El canal tuvo que apagarse debido a la competencia desleal de otros operadores locales que entraron en El Carmen de Bolívar, pero desde entonces se han intensificado las actividades de producción y formación audiovisual con el apoyo de diversos aliados.

Producto de esa experiencia es el proyecto ‘Cinta de sueños’, que es una escuela de formación en la que niños, niñas y jóvenes se educan en el lenguaje audiovisual, en la investigación y en la participación; pero también trabajan en formación de público, con proyecciones al aire libre realizadas por el Cine Club La Rosa Púrpura de El Cairo, que busca que las comunidades de los Montes de María vuelvan a ver el espacio público como lugar de encuentro y esparcimiento y que a través de su experiencia como espectadores reconstruyan las dinámicas ciudadanas que el miedo a la guerra les había agrietado.

Por otra parte, en el campo de la realización audiovisual esta organización ha sido prolífico, con casi un centenar de productos que van desde los *Filminutos*, realizados por los colectivos infantiles para la promoción de los derechos de los niños, hasta argumentales y documentales, entre los que destacan *Palabra de mujer: la fuerza y la convicción de la vida en los Montes de María*, ganador de la beca Avina de periodismo en 2007, y *Voces y rostros del territorio*. Del mismo modo, *Memorias*

del retorno, que se realizó en El Carmen de Bolívar, El Salado y Mampuján, que se pregunta por las garantías y reflexiones de las comunidades en el proceso de retorno.

Estos últimos trabajos se enmarcan dentro del proyecto de 'Memoria, territorio y comunicación', adelantado por el Colectivo desde 2008 en convenio con entidades públicas del orden regional y nacional y con el apoyo de la cooperación técnica española. En el marco de este proyecto, el Colectivo conformó en siete municipios de Montes de María y tres de la serranía de Perijá, las escuelas de Narradores y Narradoras de la Memoria, desde donde niños, niñas, jóvenes y mujeres campesinas llevan a la pantalla sus historias, sueños y proyectos de futuro después de superar los traumas del conflicto armado.

6) Corporación Jupaco de San Basilio de Palenque

Año de creación: 1991

Juventud Palenquera Comunitaria, Jupaco, es una de las pocas organizaciones sociales de Palenque legalmente constituida. Por eso representa a casi toda la comunidad, y funciona como una corporación que permite canalizar los recursos que llegan por cooperación internacional. Ha participado en convocatorias nacionales de proyectos comunitarios, y está empeñada en la creación de un espacio de producción y realización audiovisual en el que sean los jóvenes quienes propongan sus ideas y las lleven al terreno audiovisual.

44

A través de Jupaco, el grupo de jóvenes palenqueros y palenqueras que está vinculado al audiovisual empezó a trabajar cuñas radiales a través de un proyecto con la fundación Save The Children y la Escuela de Narradores y Narradoras de la Memoria del Colectivo Montes de María, que fortalecieron la parte formativa de manejo de audio y elaboración de cuñas.

También la Institución Educativa de Palenque inició un proceso que ellos llamaron Colectivo Radial Escolar, que se articuló con los jóvenes que venían trabajando el tema radial en Jupaco y conformaron el actual grupo que viene trabajando en la Escuela de Narradores y Narradoras de la Memoria. Rodolfo Palomino, representante de comunicaciones del Consejo Comunitario de Palenque y miembro activo de Jupaco, realizó con este colectivo un documental sobre cómo han incidido los jóvenes en los cambios y las transformaciones de la forma tradicional de organización de la cultura palenquera: los kuagros, el cual resultó ganador del 'Premio del público' en el 'Festival audiovisual de los Montes de María'.

7) Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi

Año de creación: 2006

Sitio web: <http://zhigoneshi.org/>

Asociado a las organizaciones Gonawindúa Tayrona (OGT) y Confederación Indígena Tayrona (CIT), el Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi tiene como objetivo dar a conocer el pensamiento de las autoridades de los cuatro pueblos indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta, y su denuncia de las problemáticas culturales y ambientales del macizo. Desde su Centro de Producción, ubicado en Santa Marta, el colectivo ha publicado varias ediciones de la revista *Zhigoneshi* y producido una serie para televisión de diez capítulos, titulada *Palabras mayores*, emitida por Telecaribe, un documental titulado *Nabusímake. Memorias de una independencia*, y se encuentra en proceso de posproducción de otro documental titulado *Resistencia en la Línea Negra*.

Palabras mayores es el producto de la decisión de los cuatro pueblos de la Sierra Nevada de dar a conocer al mundo su pensamiento y su posición frente a diversos aspectos relacionados con su cultura y su territorio ancestral, respondiendo a través de sus mamos diez preguntas que tienen que ver con la coca, la Tierra, los pagamentos espirituales, el agua, el calentamiento global, la formación de los mamos, la violencia y los hermanitos menores.

Nabusímake. Memorias de una independencia es la reconstrucción histórica, en 38 minutos, de los episodios que marcaron la salida de la misión capuchina de San Sebastián de Rábago en 1982, tras la decidida resistencia del pueblo arhuaco. Gracias a ese movimiento, el lugar donde desde 1918 estuvo el internado de los religiosos recuperó su nombre, Nabusímake, y su identidad tradicional. *Resistencia en la Línea Negra* es, por otra parte, un extenso documental que pretende recoger en imágenes y testimonios la larga lucha de estas comunidades indígenas por recuperar el territorio que les fue dado por su Ley de Origen, delimitado por una línea imaginaria que ha sido objeto de negociaciones con el Estado y de cruentas luchas contra diversos intereses económicos y políticos.

En esta experiencia audiovisual han sido fundamentales las alianzas estratégicas establecidas por sus dirigentes con diversas organizaciones regionales y nacionales, como Telecaribe, Fundación Avina Colombia y Universidad Javeriana de Bogotá, que, desde la Sala Matrix del Departamento de Comunicación Social, complementó las capacidades ya adquiridas por el equipo de trabajo de Zhigoneshi para las diversas etapas de la producción audiovisual, en un proceso de construcción que respetó las lógicas del pensamiento y el accionar de estos grupos étnicos. Este colectivo está bajo la dirección de Amado Villafaña, perteneciente a la etnia arhuaca, pero cuenta con un esquema de co-dirección con miembros de los otros pueblos para las producciones relacionadas con las problemáticas e intereses de las respectivas comunidades.

Una de las características más destacadas de este colectivo indígena es cómo su apropiación del lenguaje audiovisual ha estado siempre articulada a los procesos de defensa del territorio y la cultura que adelantan las autoridades tradicionales de los cuatro pueblos a través de sus organizaciones. Es esta estrecha relación con los objetivos políticos de la comunidad lo que les otorga gran claridad conceptual y credibilidad a sus productos audiovisuales y al manejo que se hace de los mismos, al punto de que ha logrado establecer la propiedad colectiva de los mismos.

8) *Kankuama T.V.*

Año de creación: 2005

Sitio web: <http://kankuamatv.blogspot.com/>

En el departamento del Cesar destaca la experiencia del primer canal étnico de Colombia, Kankuama TV, ubicado en el resguardo de Atanquez, centro poblacional del pueblo kankuamo. El proyecto del canal tuvo el apoyo de la Comisión Nacional de Televisión, y comenzó con la capacitación de 35 jóvenes en un diplomado de televisión ofrecido por la Universidad del Magdalena, del cual se graduaron 32. El proceso de capacitación llegó a cubrir más de 80 jóvenes, y actualmente, entre realizadores, productores, camarógrafos, sonidistas y editores del canal se cuenta con catorce personas.

46

El canal, que surgió con el propósito de preservar la identidad de la población kankuama y de fortalecer sus usos y costumbres, también realiza labores de acompañamiento a todas las actividades políticas y sociales de la Organización Indígena Kankuama (OIK) y de los pueblos de esa parte de la sierra.

Aunque los problemas de sostenibilidad han hecho que la producción audiovisual sea menor a la meta establecida, destaca la continuidad que se le ha intentado dar a tres de los programas del canal. El primero de ellos, que lleva por nombre *Hechos a mano*, es un seguimiento a la elaboración de productos propios de la región; *Perfiles y personajes* son entrevistas a personajes destacados de las comunidades; y *Entre sones y palomas* es un programa sobre música tradicional (grupos de gaita y chicote).

El canal ha realizado también tres documentales. El primero, *Mostrando la lengua*, que fue fruto de una convocatoria hecha por el Ministerio de Cultura, tuvo el propósito de recoger los vestigios y las nociones que tiene el pueblo kankuamo sobre su propia lengua, que, aunque extinta, todavía permanece en las comunidades para nombrar objetos y lugares. El segundo fue *Tiempo malo*, en el cual se recogieron impresiones sobre el conflicto armado y la manera cómo afectó la vida de las comunidades kankuamas. Un tercer producto se realizó con motivo

de la invitación que le hicieron al canal en *Our Media*, cuyo objetivo era retratar las experiencias comunicativas de los pueblos indígenas. El argumental también ha jugado un papel importante en Kankuama TV, con seriadados como *Territorio misterioso*, con solo un capítulo emitido, llamado *Tesoro maldito*, que tuvo gran acogida en la comunidad. Este argumental trata sobre la medicina tradicional kankuama y los peligros que representa romper una promesa.

A mediados de 2010, el canal suspendió las emisiones debido a las dificultades para trasladar el disco duro del computador hasta Guatapurí, donde está ubicado el transmisor, que queda a dos horas y media de marcha desde Ataquez. Hasta mediados de 2010 solo se habían hecho cinco emisiones (a comienzos del año). El canal tuvo también la intención de implementar un cine club que proyectara sus programas en horarios distintos a los de la emisión habitual, e hizo algunas proyecciones en el salón comunitario, pero no han tenido continuidad por la carencia de televisor, silletería, reproductor de DVD y *video beam*.

Por otra parte, la casa donde funciona el canal no posee las mínimas condiciones de seguridad y adecuación para mantener el buen estado de los equipos. No se cuenta con recursos para producción, compra de casetes, y transporte, y para tener una mínima planta de personal remunerada que mantenga activo el canal en todas sus funciones. Otra de las dificultades por las que atravesaba esta experiencia audiovisual era que solo tenía una cámara profesional, que al momento de realizarse este estudio se encontraba en mantenimiento en Bogotá.

No obstante estas dificultades, el canal ha continuado su labor, y en el '52 Festival internacional de cine de Cartagena' obtuvo el premio India Catalina a la mejor producción de televisión comunitaria con el trabajo *Mujeres que hacen cultura*.

9) Aprodefa

Año de creación: 2000

Sitio web: <http://aprodefa.net/>

La Asociación Prodesarrollo de Familias del Suroccidente de Barranquilla (Aprodefa) es una Organización No Gubernamental sin ánimo de lucro, cuyo objeto social es la construcción de ciudadanía desde la familia a través de estrategias de organización y formación. Su sede y espacio de intervención es el suroccidente de Barranquilla, sector donde habitan cerca de 400.000 habitantes en barrios de estratos 1 a 3.

A lo largo de diez años, la organización ha desarrollado un trabajo de redes sociales (de mujeres, jóvenes y niños) que mereció el reconocimiento de Ashoka como experiencia innovadora de emprendimiento social. Una de las características principales de Aprodefa es la perspectiva de derechos humanos y género

que les imprime a todos los proyectos que adelanta en la ciudad y la región, con financiación de agencias internacionales de cooperación.

Desde sus inicios, en el año 2000, preocupada por adquirir capacidades y competencias en este campo, la organización ha tratado de insertar la comunicación como un componente transversal en sus proyectos, y, aunque aún no ha conseguido formar a sus miembros en producción audiovisual, ha valorado esta herramienta como una de las más efectivas para llegar a las comunidades con su propuesta, mostrar resultados y conformar una memoria audiovisual de los proyectos. Así, Aprodefa cuenta con una serie de productos audiovisuales que documentan los procesos de organización y participación ciudadana que adelanta en las comunidades del Suroccidente de Barranquilla, a través de las redes sociales de niños y niñas, jóvenes y mujeres.

De otra parte, uno de los frentes de trabajo más activos de esta organización en los últimos cinco años ha sido el empoderamiento de las lideresas de la Red de Mujeres del Caribe (RMC) y el fortalecimiento organizativo de este espacio en el que confluyen más de doscientas organizaciones de mujeres de los ocho departamentos de la región. Como punto nodal de la Red de Mujeres del Caribe hasta mediados de 2010, Aprodefa realizó los documentales *Región Caribe autónoma. Una apuesta desde el movimiento social* (2009), y *La decisión de ser región* (2010), que, a la vez que memorias del Tercer y Cuarto Congreso por la Autonomía Regional, organizados por la Red, son un testimonio colectivo sobre la lucha de un conjunto de actores sociales por participar en la construcción de una Región Caribe autónoma.

48

Como productos de la práctica social y política de esa red de mujeres, estos documentales de 24 minutos proponen discursos alternos a los hegemónicos sobre el proceso de regionalización, y muestran cómo desde abajo, desde los movimientos sociales y no exclusivamente desde las elites académicas, políticas o económicas, comienza a pensarse una nueva dirección para esta región.

Véase: <http://www.youtube.com/watch?v=syAJ6JUHrs0&feature=related>.

10) *Fundación Cultural Cazadores de Auroras*

Año de creación: 2004

Sitio web: <http://cazaauroras.wordpress.com>

Se trata de un proyecto independiente, agenciado por jóvenes universitarios, que ha consolidado un lugar en la agenda cultural de Barranquilla y el Caribe. La Fundación Cazadores de Auroras organiza cada año el festival de arte urbano 'Trewa, Ciudad + Arte + Comunicación', y ejecuta el proyecto 'Jóvenes Form-

arte', en los cuales el audiovisual viene teniendo una presencia cada vez más activa y consistente.

En sus últimas ediciones, Trewa (que ya completa ocho años) ha incluido muestras de videoarte, talleres de producción audiovisual, creación de blogs y otras expresiones visuales. En tanto, en el trabajo con jóvenes y niños del municipio de Malambo (Atlántico), en comunidades receptoras de familias en condición de desplazamiento, la Fundación presta cámaras fotográficas y de video a niños y niñas para que cuenten sus historias y muestren sus realidades, y les imparte talleres de radio, video y danza-teatro, como estrategia para la prevención de factores de riesgo.

La motivación que anima a Cazadores de Auroras es que los y las jóvenes cuenten sus historias de vida para que cambien la historia de violencia de su barrio a través de la creación y construcción de nuevos relatos de no violencia, de convivencia, de exaltación de buenos procesos. Aspira a que se apropien de esta herramienta para la construcción de otro discurso de ciudad y ciudadanía.

Hasta el momento, ha contado con el apoyo del programa de concertación del Ministerio de Cultura y de la Agencia de Naciones Unidas para los Refugiados (Acnur)

Véase: http://www.youtube.com/watch?v=c1QZ5x9ZrNg&feature=player_embedded.

11) *Fundación Henrietta's Group*

Año de creación: 2002

Sitio web: <http://www.facebook.com/group.php?gid=39599013048&v=wall>

La Fundación Henrietta's Group es un grupo de trabajo conformado en 1998, constituido legalmente como fundación en 2002. Julián Hermida, su responsable, afirma que su intención es incentivar el desarrollo de la cultura isleña y promover el cuidado del medio ambiente, al tiempo que se ofrece a los jóvenes de San Andrés una alternativa de formación y uso del tiempo libre a través del audiovisual. Por eso, crearon los programas de Cine al Barrio (2003), la muestra de cine *Encarrete isleño* y el concurso *72 horas de encarrete isleño*, en 2009.

Cine al Barrio es un proyecto que busca llevar un cine alternativo a una comunidad isleña que se encuentra a medio camino entre lo que le ofrece la parrilla televisiva y el cine comercial. Al final de cada proyección se realiza un foro que invita a los espectadores de todas las edades a interactuar con los organizadores. *72 horas de encarrete isleño* involucra a estudiantes de bachillerato en un taller de realización audiovisual en el que recibirán clases de escritura audiovisual, manejo de cámaras, fotografía, etc., con la idea de que cada grupo tenga al final

de la jornada un corto que participará en el ‘Concurso sanandresano de cortos argumentales’. Con un premio de \$1.200.000 pesos, Julián Hermida dice que este concurso procura ser un estímulo para los que se esfuerzan en aprender algo nuevo y constructivo.

Además de las experiencias de formación de públicos y de realizadores, Henrietta’s Group ha realizado documentales como *Tom Fool Day*, una obra de 24 minutos que reconstruye, a través de testimonios de nativos, lo que era una celebración tradicional muy parecida al Día de los Santos Inocentes. También realizó en 2005, en coproducción con Orlando Hooker, el argumental *Barrio fino*, un guion del propio Hooker que narra, en 58 minutos, las “vivencias de jóvenes narcos en un sector de la ciudad”.

1.3. Caracterización de los colectivos audiovisuales

12) Colectivo Audiovisual Pimentón Rojo S. A. S.

Año de creación: 2008

Sitio web: <http://www.pimentonrojo.com/>

El Pimentón Rojo constituye un ejemplo hasta ahora exitoso de microempresa de producción audiovisual conformada por cinco jóvenes que cursaron la carrera de comunicación social en la Universidad del Norte y al terminar sus estudios unieron tiempo y recursos para formar una alternativa independiente de trabajo y creación. Desde este año, el grupo dispone de una sala de edición con dos equipos propios, y pudo arrendar un apartamento donde funciona la oficina y viven dos de sus integrantes compartiendo costos de arriendo y servicios.

A pesar del corto tiempo que tiene de conformado, sus producciones se caracterizan por la riqueza temática y audiovisual, a tal punto que han sido nominados a premios regionales de periodismo y han ganado la convocatoria para jóvenes realizadores del canal regional Telecaribe, con el documental *Re*, realizado con el objetivo de “denunciar el mal llevado proyecto de renovación del centro de Barranquilla”. *Re* es una expedición al fondo del centro histórico de Barranquilla como espacio urbano y como tema de discusión pública.

Otras producciones de este equipo son *Sin coda*, serie de ocho documentales de 24 minutos cada uno, dirigido, según sus realizadores, a crear memoria audiovisual de la música en el Caribe; el cortometraje *Grande*, argumental de Julio Oyaga, patrocinado y difundido por la red Filmaka.com; y el documental *Ciudad de letras*, ganador en 2010 de la convocatoria local para realización audiovisual, que organiza la Secretaría de Cultura, Patrimonio y Turismo de Barranquilla.

Véase: <http://www.youtube.com/user/elpimentonrojo>.

Su motivación principal es “dar a conocer su compañía como una productora independiente, eficaz y talentosa”, y su mayor expectativa es la realización de largometrajes.

13) Colectivo Alemao Producciones & Mojarra Films

Sitio web: <http://wn.com/ALEMAOPRODUCCIONES>

Alemao Producciones & Mojarra Films, de Álex Pérez, León Murcia y Stephanie Abello, de 22, 25 y 20 años respectivamente, conforman otro de los colectivos que destacan en Barranquilla por la calidad y continuidad de sus producciones de bajo presupuesto, financiadas con recursos propios, muy difundidas en muestras y festivales regionales y nacionales. Si el Pimentón Rojo representa un ejemplo de lo que se puede hacer cuando se tienen los recursos, Alemao lo es de lo que se puede hacer con casi nada.

En 2007, este grupo de trabajo comenzó a desarrollar su proyecto ‘Memoria audiovisual del Caribe colombiano’, que, según sus palabras, consiste en “retratar y preservar la realidad actual de nuestra región a través de los códigos socioantropológicos que definen a un pueblo, como lo son: la música, la comida, la religión y la moneda, entre otros, tomando como primer registro la manifestación cultural de los flagelantes del municipio de Santo Tomás (Atlántico)”.

En ese primer producto, titulado *La manda de la Mamonúa*, que dura veinticinco minutos, y que estuvo en la selección oficial del Festival Internacional de Documentales Santiago Álvarez (Cuba) en 2008, una mujer flagelante relata sus últimas veinticuatro horas antes de terminar una de sus deudas con la fe cristiana. También en 2008 obtuvieron el premio de periodismo ‘Mario Ceballos Araújo’ con el documental *Revoluson*, grabado en Santiago de Cuba, el cual busca relatar cómo la influencia musical cubana contribuyó a la consolidación de la polirritmia del Caribe colombiano.

Dentro de la misma temática musical, Alemao Producciones & Mojarra Films tienen un documental de noventa minutos, totalmente producido y financiado por ellos, sobre el músico tradicional Catalino Parra, miembro legendario y máximo compositor de Los Gaiteros de San Jacinto. Terminado en 2009, la obra se mantiene prácticamente inédita para la teleaudiencia nacional y regional. Finalmente, como producto en proceso, el colectivo reporta el documental *Palenquero*, también de noventa minutos, sobre el legado multicultural de San Basilio de Palenque, primer pueblo libre en América, que vela por la conservación de sus costumbres frente a las tendencias de transculturación que los rodea.

14) Julio Charris Gallardo Producciones

Año de creación: 1997

Este veterano realizador barranquillero se dedicó en los últimos cinco años a registrar las voces e historias de los cultores y cultoras de los géneros tradicionales de la música del Caribe, realizando para el canal regional tres series sobre cantadoras (2007, diez capítulos), intérpretes y compositores de porro (2008, cinco capítulos) y otras figuras de la música tradicional de la región (2009, diez capítulos). En su larga trayectoria como productor y realizador, Charris Gallardo ha consolidado una importante labor audiovisual en la que destacan las temáticas culturales y ambientales de la región, siempre divulgadas por Telecaribe.

Su principal motivación son la recuperación y preservación de la memoria audiovisual y el fortalecimiento, por medio del audiovisual, del desarrollo de la región Caribe.

Para sus realizaciones, este colectivo ha contado con los recursos del canal regional Telecaribe a través de sus convocatorias para la serie *Trópicos*, de la Comisión Nacional de Televisión, y de la venta de servicios profesionales.

15) *Creating Medios*

52

Año de creación: 2005

Sitio web: <http://www.creatingmedios.com/>

Instituido por un grupo de jóvenes realizadores de San Andrés y Providencia, *Creating Medios* es un colectivo de producción audiovisual que presta servicios de producción y posproducción en el archipiélago, y genera propuestas documentales y argumentales con las cuales pretende marcar una diferencia. Señalan sus fundadores que la principal motivación al tratar temas sociales, en especial aquellos en los cuales se ven involucrados los jóvenes, es “contribuir a través de nuestro trabajo audiovisual a un cambio de actitud frente a la indiferencia y la apatía de la sociedad respecto a ciertos temas de importancia; mostrar a través de nuestro trabajo la riqueza de nuestra cultura y la variedad de talentos artísticos del archipiélago”.

Go Fast, por ejemplo, es un producto que refleja la encrucijada que representa el narcotráfico para la juventud del archipiélago. Dirigido por Gregory Robinson, este proyecto fue seleccionado en la convocatoria Doc TV Colombia 2010, y transmitido por todos los canales regionales del país.

Bajo la coproducción del mismo colectivo, Álex Cottrell realizó en 2008 su corto *Milk*, que participó en la convocatoria ‘Imaginando nuestra imagen (INI)’, en la

cual fue galardonado con el premio 'Nuestra identidad', en 2009. Actualmente se encuentra trabajando en el documental *Sea Horse Jockey*, trabajo que recrea el mundo de las carreras de caballos, práctica muy arraigada en San Andrés y Providencia. Otro producto interesante que arrojó la convocatoria INI fue *Salvation Bay*, corto de ficción dirigido por Jorge Eguzquiza, en el que se cuenta la historia de dos hermanos que se pelean por una joven.

La realización audiovisual no escapa a las dinámicas que impone la realidad social y cultural del archipiélago, por lo que es interesante ver cómo cada realizador ofrece en sus obras una versión de la vida y la cultura isleña. Por ejemplo, para **Álex Cottrell solo aquellas tradiciones que "trascienden" y continúan haciendo parte de las prácticas cotidianas de una comunidad deben ser contadas, el resto será simulacro.**

1.4. Caracterización de los realizadores independientes

16) Javier Saltarín y La Toma 28

Con su pequeña productora personal, La Toma 28, Javier Saltarín, de 23 años, produjo el documental *Villanueva del Brooklyn*, y se llevó el premio Semana Petroleros de Periodismo Regional en 2008, y una nominación al India Catalina, en competencia con periodistas de todo el país. Este producto retrata la forma como Estilo Costeño, grupo de jóvenes raperos de un barrio popular de Barranquilla, logra resistir los embates de la violencia y el arrinconamiento de la pobreza con su música, el *break dance* y sus proyectos de futuro.

Véase: <http://www.youtube.com/watch?v=MXjX5WrnT28>.

Saltarín suele asociarse también con Alemao Producciones para realizar proyectos argumentales, pero su actividad más continua está en el registro audiovisual de la producción teatral del grupo de la Universidad Autónoma del Caribe, donde es docente.

17) David Britton

Britton es uno de los más activos realizadores del departamento del Atlántico, con una extensa producción de trabajos audiovisuales para entidades públicas y privadas de carácter cultural, principalmente, pero también con realizaciones propias en las que el tema preferido son las manifestaciones culturales del Caribe colombiano. Así, este realizador reseña como proyecto finalizado *La cumbia*, serie de cuatro capítulos dedicado a los ritmos principales de la cumbia: *Sueño de cumbia*, *Sabor a cumbia*, *Olor a cumbia* y *Rey de reyes*. Grabada en diferentes puntos del río Magdalena, a partir de una cuidadosa investigación, la serie recoge

testimonios de músicos y cultores, y realiza puestas en escena para mostrar la coreografía de la danza, organología, etc.

Por otra parte, Britton reporta tres proyectos en proceso: *Vida de rey*, serie de diez capítulos de media hora en clave de *cinema verité*, realizado en época de precarnaval y carnaval en el barrio Abajo de Barranquilla, y *Danzarina*, serie que busca obtener un registro de las diez manifestaciones del Carnaval de Barranquilla que se encuentran amenazadas, según la Unesco. El hilo conductor serán las actividades que lleva a cabo una bailarina profesional: investigación; contacto y entrevistas con los portadores de la danza; integración de la bailarina al grupo adoptando vestuario, rutinas de ensayo y presentaciones; y sistematización de la experiencia. El material así recopilado regresará a la comunidad para ser analizado e intervenido por ella, luego de lo cual, si es necesario, se vuelve a grabar para que el documental sea también un portador de la tradición.

Por último, se encuentra *Jerga*, documental que busca conocer el lenguaje y la dinámica de relaciones interpersonales que se dan en el hogar de rehabilitación El Oasis, de Barranquilla, donde un grupo de jóvenes recibió una cámara *handy* para grabar su cotidianidad, conversaciones y situaciones que viven en ese lugar. A partir de estas grabaciones, un profesional de la institución elabora un glosario de los términos empleados por los muchachos, lo que devela códigos de comunicación, valores, antivalores y carácter de la convivencia entre un grupo de jóvenes cuyas vidas están desde temprano cruzadas por la delincuencia, la drogadicción y la violencia social.

18) Álvaro Serje y Kimera Producciones

El director de cine barranquillero Roberto Flores decide presentar su película *Heridas* en los centros de reclusión de Barranquilla, donde, como en muchas otras cárceles colombianas, hay ex combatientes y víctimas del conflicto armado. En el contexto de esas proyecciones, Álvaro Serje interrogó con su cámara a los reclusos sobre sus sentimientos y sus historias en medio de la guerra. El resultado fue el documental *Cerrando heridas*, premiado como el mejor de productores independientes de 2009 por la Comisión Nacional de Televisión y el Ministerio de Cultura.

Véase: <http://www.youtube.com/watch?v=ctr6pwLMISw>.

Posteriormente, Álvaro Serje realiza *La hija de la luz*, documental sobre la cantadora palenquera Graciela Salgado, y *Crónicas de la muerte*, sobre la muerte en el Carnaval de Barranquilla. Serje declara que las temáticas que más le interesan son la inequidad social, la cultura y la convivencia, y expresiones culturales y artísticas.

19) Armando Bolaño o Cayeye Films

Año de creación: 2008

Sitio web: <http://cayeyefilms.blogspot.com/>

Para buscar un mejor desarrollo de sus proyectos audiovisuales, tanto documentales como argumentales, Armando Bolaño creó hace varios años la fundación Cayeye Films, inspirada en su primera producción, *Cayeye 28*. Este es un documental en homenaje a las víctimas de la masacre de las bananeras de 1928, planteado como un “viaje a través del tiempo y el espacio en búsqueda de la historia no oficial, de la verdad contada por sus protagonistas, verdad que en algún momento se pretendía borrar de la memoria colectiva y que, sin embargo, hoy, casi ochenta años después, se mantiene viva, incólume, resistiéndose al olvido”. Este fue incluido en la selección oficial del ‘100% Colombie Documentaire París 2005’. Véase: <http://www.youtube.com/watch?v=IQ1rlznaBfk>.

Posteriormente, entre 2006 y 2007 hizo *La Caribe*, otro documental que narra la problemática de una comunidad en situación de desplazamiento forzado en el corregimiento de La Isla (Pueblo Viejo, Magdalena), y en 2009 realizó *Rogelia y las mujeres de la barra*, documental de cincuenta minutos sobre una mujer cuya vida transcurre en la gestión de ayudas para otras mujeres de su localidad, junto a un pequeño grupo de compañeras dedicadas al servicio comunitario, que no cuentan con ningún tipo de apoyo oficial, pero insisten en colaborar en lo que esté a su alcance con la comunidad. Actualmente tiene en proceso el largometraje *El muro*, ganador de una ayuda al desarrollo de guiones en la tercera convocatoria del Instituto para el Desarrollo de Proyectos Audiovisuales, Idea, que cuenta con la colaboración de la Fundación para la Investigación Audiovisual, FIA, de España.

Otras realizaciones de Bolaño son: *Cinema caribe*; *Cannabis Sativa: el cultivo mono*; y el cortometraje de ficción *Yo trabajo, tú me pides, él me tumba, todos pierden*.

Véase: http://www.youtube.com/results?search_query=Julio+Charris&aq=f.

20) Alejandro Ángel

Sitio web: <http://tv.alejandroangel.es>

El trabajo del realizador Alejandro Ángel con el *videobloggin* o video por internet comenzó cuando era estudiante de posgrado en Barcelona, ciudad donde llevó a cabo el proyecto *Habitantes de Babel*, sobre el tema de la inmigración, inicialmente colgado en su página web Armadillo TV, pero ahora posee un blog propio: <http://habitantesdebabel.blogspot.com/>.

A su regreso a Colombia, Ángel se vinculó a la Universidad del Norte como director del canal cerrado TV5, pero como realizador independiente produjo en 2009, con Manuel Betancourt, el documental *A la calle 10*, que narra cómo esta calle del municipio de Puerto Colombia (Atlántico), que en alguna época fue conocida como “la calle del crack”, hoy es escenario de una transformación gracias al trabajo de la Fundación Sanarte, colectivo de artistas que creó el Grupo Cultural Son Candela, en el cual participan niños y jóvenes de la comunidad que quieren vincularse a la danza, la música o el teatro para hacerle el “quite” a los factores de riesgo que aún persisten en este sector del municipio.

Véase: http://www.youtube.com/watch?v=BQpxxb8huFs&feature=mfu_in_order&list=UL.

Actualmente, Ángel lidera un proyecto llamado *365, la vida en 25 fpm*, que publica diariamente en su página web un registro audiovisual de la cotidianidad, tanto del autor como de la ciudad de Barranquilla, propuesta que está siendo replicada en otras urbes del país por miembros de la *blogosfera*, que representa una experiencia de uso recreativo y creativo del audiovisual. La idea es simple: **<Fin fondo>**

Durante el 2010 hago un video al día, 365 videos al final del año, un documental en 2011. El concepto inicial es bastante actual: la vida es un *reality*, ¿por qué no contarla en imágenes?, ¿por qué no contar en imágenes diarias fragmentos de vida cotidiana, de espacios sencillos de personajes anónimos y poco retratados, de lugares desaparecidos o inexistentes de los imaginarios de nuestra sociedad? Es una mirada desprejuiciada, sin ningún interés mayor que el de retratar *frame a frame* nuestro Caribe colombiano.

21) César Berrocal

El documentalista sucreño César ‘Checho’ Berrocal, radicado en Montería, cuenta con una importante producción audiovisual sobre la geografía física, humana y cultural de la región Caribe. Sus documentales, agrupados en dos series tituladas *Fandango, encanto de la sabana* y *Nuestro Caribe*, han sido emitidos por Telecaribe con gran aceptación del público. Según ha dicho el propio realizador, el objetivo de estos trabajos es: “Redescubrir al hombre caribeño, llevándolo a la escena nacional tal cual se desenvuelve en su medio de horizontes extendidos, donde no hay límites para expresar todo lo que su corazón vive y siente cuando desarrolla su vida en la inmensidad de las sabanas, montañas, desiertos, mares y ríos de esta región del país.”

Esta investigación reseña ocho realizaciones de Berrocal: *La Mojana, tierra de leyendas*, *Matrimonio wayúu*, *Fandango en El Carito*, *Parque Nacional Tayrona*, *Toro de corralejas*, *Parque Natural Corales del Rosario*, *Gallos vallenatos* y *Fiesta en Laguneta*. Todas

ellas hicieron parte de la nueva serie Trópicos, financiada por Telecaribe mediante una convocatoria en la que concursan productores y realizadores de toda la región. Hechos en formato mini DV, con 48 minutos de duración, se constituyen en documentos valiosos de la cultura caribe.

Álex Rendón, camarógrafo y co-director del programa, radicado en Barranquilla, señala que lo particular de esta serie son su formato y su tratamiento audiovisual, basados en la figura del *host* o conductor del programa, quien actúa como un viajero curioso y atrevido que se integra fácilmente a los lugares que visita y a sus habitantes, pero, a diferencia de otros espacios realizados con este formato en la televisión nacional y extranjera, el de César Berrocal recurre casi en un 100% a las puestas en escena con los actores naturales, quienes, luego de narrar y mostrarle al *host* la historia objeto de su interés, son instruidos por los directores para recrear diálogos y situaciones que se ajustan fielmente a la realidad.

22) John Jairo Narváez

Otra de las experiencias audiovisuales que definen un significativo mapa de usos, temas y preocupaciones de diverso orden en la ciudad de Cartagena es la de John Jairo Narváez, con *Cartagena Social Club* (2010), un cortometraje argumental sobre racismo, basado en la investigación del grupo Texcultura de la Universidad de Cartagena. Narváez tiene especial interés en abordar el racismo, la exclusión, el desempleo y la justicia en sus trabajos audiovisuales, en los cuales combina diversos géneros. Es uno de los realizadores que considera que vivir en provincia es una de las mayores dificultades para el quehacer audiovisual, pues “hay que empezar siempre de cero, no hay industria ni dinámicas de producción audiovisual y el alquiler de equipos es muy costoso.

57

23) Emiro Méndez Flérez

Entre los jóvenes realizadores independientes sobresale en Cartagena Emiro Méndez Flérez, quien, junto a Jorge Moreno Chávez, ha desarrollado varios audiovisuales con fines sociales. Con la producción del Canal de la Universidad de Cartagena realizaron *Con-Vivencia*, documental que recoge el proceso de organización de un grupo de personas que padecen la enfermedad del bacilo de Hansen (lepra), mal que los llevó al estigma social y al abandono familiar, pero hoy se han unido y conformado una cooperativa con el ánimo de resolver sus necesidades económicas a través de patios productivos.

Sueños de libertad, de 48 minutos, recoge el proceso de transformación que ha vivido la Cárcel Distrital de Mujeres de Cartagena de Indias, y *Hip Hop, más que un ritmo, una cultura* es un documental de 52 minutos seleccionado por Telecaribe para la serie *Trópicos*, de 2008. Su objetivo era acercarse a una forma de expresión

juvenil que, al combinar música, danza, canto y grafiti, configuraban el movimiento urbano llamado hip hop. Según Emiro Méndez, esta expresión cultural es hoy un vehículo que carga con el pensamiento de muchos jóvenes de la periferia de Cartagena de Indias, que encuentran en estas manifestaciones artísticas la mejor forma de interacción con su entorno y con las diversas generaciones.

Finalmente, tenemos *Zunga, la industria cultural del tinto*, documental ganador del Premio Semana Petrobras 2010 en la categoría de mejor crónica o reportaje para televisión. Con 45 minutos, trata de la supervivencia en Cartagena de numerosas familias procedentes del resguardo indígena zenú, que viven de la venta diaria de tinto en las calles, lo que se constituye en una alternativa para una comunidad que sobrevive al despojo de sus territorios y a las dinámicas propias del conflicto interno en Colombia.

1.5. Caracterización de los eventos de circulación y formación de públicos

24) *Salón Internacional del Autor Audiovisual*

Año de creación: 1996

Sitios web: http://www.cinematadelcaribe.com/salon_01.htm y

<http://cinematadelcaribe.blogspot.com/>

58

Un importante papel en la circulación de productos audiovisuales, en la preparación de realizadores y en la formación de públicos vienen jugando en la región, como en el resto del país, las muestras y festivales de cine, video y documentales en sus distintos formatos. En el Caribe colombiano destaca el 'Salón internacional del autor audiovisual', evento anual de capacitación gratuita para cineastas y videocreadores de la región y del país en los diferentes oficios y temas del cine y el audiovisual. Es organizado por la Cinemateca del Caribe, que también realiza, en el marco de este evento, la muestra Caribe Audiovisual, que recoge, exhibe y preserva la producción audiovisual de los realizadores de la región Caribe en diferentes géneros y formatos.

El itinerario de las catorce ediciones temáticas el Salón es el siguiente:

1996: La experiencia creativa en cine y televisión

1997: Contar historias en cine

1998: El desafío del documental

1999: El arte de la luz

- 2000: Cine del Caribe
- 2001: Los sonidos del cine
- 2002: El oficio creativo del productor
- 2004: Creando cine en la era digital
- 2005: Montaje: El tercer gui3n
- 2006: El arte de actuar
- 2007: Diafragma: Ojo de mujer
- 2008: 3peras primas
- 2009: Arte para cine
- 2010: Pensar lo documental

25) Festival internacional de cortometrajes al aire libre Cine a la Calle

A3o de creaci3n: 2000

Sitio web: <http://www.cinealacalle.com/>

El 'Festival de cortometrajes al aire libre Cine a la Calle' es un emprendimiento cultural iniciado en 2000 por un grupo de j3venes realizadores, que se ha consolidado a nivel nacional como uno de los m3s importantes de su categor3a y ha servido tanto a la formaci3n de p3blicos como de plataforma para colectivos locales y regionales, as3 como a nuevos realizadores que comienzan a mostrar con 3xito piezas de buena factura y contenido.

El festival se realiza anualmente en mayo en Barranquilla, tras una convocatoria a trav3s de su p3gina web, de su base de datos y de contactos con organizaciones pares alrededor del mundo. Tambi3n selecciona los mejores cortos exhibidos en muestras nacionales e internacionales, y otorga tres premios de 500 d3lares cada uno a los mejores cortometrajes en categor3a local, nacional e internacional.

Adem3s de la muestra competitiva, el evento organiza una premuestra en los barrios de la ciudad y ofrece una programaci3n acad3mica dirigida a realizadores audiovisuales en la que estos tienen la posibilidad de tomar talleres gratuitos, conferencias y conversatorios con los maestros invitados.

Desde sus primeras versiones como muestra local hasta la modalidad de competencia internacional inaugurada en su edici3n de 2010, Cine a la Calle ha mostrado una evoluci3n clara que ha implicado logros y aprendizajes para un

Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano

colectivo de jóvenes en áreas como la gestión cultural, producción de espectáculos, curaduría, promoción, divulgación, alianzas y organización de eventos de capacitación. En 2005, el grupo organizador constituyó la Fundación Cine a la Calle, que es desde entonces la entidad responsable del festival.

26) *Fundación Locumental Festival*

Año de creación: 2010

Sitio web: <http://locumentalfestival.blogspot.com/>

Desde 2008 se realiza en el Caribe colombiano una interesante iniciativa audiovisual de formación de públicos, que se conoce como 'Locumental Festival', amplia muestra de documentales de origen internacional, nacional y local. El 'Locumental Festival 2010 Ojo al Caribe' llegó a todos los departamentos de la región Caribe incluyendo a San Andrés y Providencia, y a sedes alternas en Bogotá, Yopal y Tunja, en Colombia, y Berlín, Nueva York, Florencia, León (España), San José y Granada (Nicaragua), en el exterior. En el mismo año se realizó la 'II Convocatoria en realización documental' y la 'I Muestra audiovisual infantil y juvenil', con una programación académica con foros, conferencias y formación audiovisual en instituciones educativas.

Véase: <http://www.youtube.com/watch?v=sbUwEttuCF8>.

27) *Festival Seaflower*

Año de creación: 2002

Sitio web: <http://festivalseaflower.blogspot.com/>

Otra experiencia de formación de públicos que encontramos en el archipiélago es el *Festival Seaflower*, que vincula a la muestra de cine los temas de arte, cultura y medio ambiente. El objetivo del evento, según su organizadora, Gabriela Domínguez, es hacer un aporte al desarrollo comunitario mediante talleres, exposiciones y conversatorios que se realizan en el espacio público: "Queremos que nuestras actividades artísticas tengan incidencia en un cambio positivo de ciertos temas que se desarrollan en las islas".

Las dos primeras versiones del festival se realizaron en Providencia, pero los organizadores han pensado realizar la tercera en conjunto con San Andrés. Ha crecido y espera seguir haciéndolo, tanto en el aspecto comunitario como en el audiovisual, como lo manifiesta su organizadora: "Este año traemos películas en 35 mm y estamos haciendo proyecciones en teatros, por eso queremos hacer el eco de la muestra en San Andrés, para que haya la oportunidad en el archi-

piélagos de ver las mejores películas del cine colombiano, e, incluso, películas internacionales que difícilmente llegarían acá”.

28) *‘Festival internacional de cine y televisión infantil Cinecita’*

Año de creación: 2010

Sitio web: <http://www.cinecitacolombia.com/baseespanol.html>

Este festival, realizado por primera vez en Santa Marta del 16 al 19 de julio de 2010, es gestionado por la actriz Ana Mazhari, su hermana Marty Mazhari y su madre, María Luisa Pérez, a través de la Fundación Maluna, creada originalmente para el rescate de la tradición oral kogui y la enseñanza de la música. No obstante, en los últimos años la familia ha promovido el cultivo del arte cinematográfico y audiovisual a través de talleres de cámara, guión y actuación, y para la primera versión del evento se condujo también un proceso de formación de niños y jóvenes para ser jurados del festival.

El nacimiento de Cinecita –expresan sus fundadoras– responde a la necesidad de brindar un espacio de proyección y de intercambio audiovisual, para descubrir, fortalecer e incentivar el cine infantil de calidad dentro y fuera de Colombia. Es también “una plataforma de propuestas cinematográficas con contenidos exigentes y diversos de muy alto nivel, enfocados a fomentar interés y respeto hacia mundos culturales diferentes.”

La primera versión del festival contó con películas de la Maleta del Festival Matatena, de México; el Prix Jeunesse de Citurna (Colombia); Animaciones de Anecy–Culture France; la Maleta del Festival Kolibrí, de Bolivia; la Maleta de In Vitro Visual (Colombia); y material del Festival Internacional de Cine de Villa de Leyva (Colombia).

Cinecita tuvo cintas en competencia en las categorías de animación, cortometrajes, largometrajes y televisión, las cuales fueron evaluadas por un jurado de siete niños entre los seis y quince años guiados por Stephanie Rucklot, creadora del Festival de Cine Infantil Caleidoscopio. Como en un festival de mayores, este también tuvo una programación académica de cuatro días, con talleres de actuación, animación directa, caracterización, manejo de cámara, cine para jurados y guion.

1.6. Instituciones audiovisuales y culturales relevantes al estudio

Otros actores sociales importantes del campo audiovisual en la región Caribe que merecen ser reseñados en la investigación por su trayectoria y la importancia de la labor que adelantan son las siguientes:

Canal Regional Telecaribe

Pese a que presenta las dificultades propias de las empresas sociales y comerciales del Estado, la televisión pública regional representada en Telecaribe, ha constituido un laboratorio privilegiado para la actividad audiovisual en la región. En sus 25 años de existencia ha sido un espacio de aprendizajes y proyección para varias promociones de productores, realizadores, empresas productoras y grupos creativos. Actualmente el canal produce una serie de espacios propios que absorben parte del talento local, pero su ritmo de producción no tiene la suficiente dinámica como para integrar en su parrilla de programación las iniciativas audiovisuales de todos los departamentos del Caribe, de tal manera que se han institucionalizado diversas convocatorias regionales para la producción de espacios y series como Trópicos, que el canal mantiene desde sus inicios y que ha estimulado parcialmente el desarrollo del documental en esta zona del país.

En los últimos años el canal logró superar la difícil situación financiera que lo tuvo al borde del cierre en el 2002, y en parte lo logró modificando las modalidades de asociación y contratación con los programadores, pero aun presenta falencias en sus esquemas de comercialización. Como veremos en el siguiente capítulo, los realizadores y colectivos independientes no perciben una política clara para la asignación de recursos y espacios en el canal regional, lo que dificulta las interrelaciones productivas y desestimula la industria audiovisual de la región. Según lo manifestado por varios de ellos, el mercado regional es muy restringido para el tipo de productos que ellos están generando y existen barreras tecnológicas para colocar estos productos en los mercados internacionales y aún nacionales, que ya comienzan a hacer el tránsito hacia formatos de alta definición.

Comienzan a jugar un papel importante en la circulación de estos productos la televisión por cable y los canales universitarios, pero la oferta de producción, al parecer, todavía es superior a la demanda por parte de los medios. Esto está a tono con lo que García Canclini identifica como uno de los desafíos urgentes que vive el tema de las políticas culturales en América Latina, cuando plantea la necesidad de “construir instancias nuevas de circulación de bienes y mensajes culturales... multiplicar las coproducciones musicales y cinematográficas, lograr inversiones conjuntas para generar productos representativos de varios países.” (García Canclini, 2000, p. 27)

La Fundación Cinemateca del Caribe

Es importante insertar en estas preocupaciones el tema del patrimonio audiovisual del Caribe colombiano producido en el último siglo. La Cinemateca del Caribe es una de las instituciones regionales que mantiene una labor de formación de públicos, exhibición y capacitación de realizadores. Así mismo, es responsable del Centro de Documentación Audiovisual del Caribe, CEDAC, que guarda numerosas colecciones audiovisuales que cubren una amplia gama de tópicos, entre ellas fiestas, personajes, vestuario, costumbres, arquitectura y eventos políticos. Entre otras se destacan las colecciones de las familias Lignarolo, Abdala y Martín Leyes de Barranquilla; Pierre Daguet de Cartagena, Abuchaibe de La Guajira y Campanella de Soledad. Entre las piezas de la cinematografía regional que este archivo ha rescatado se encuentra la histórica pieza de Floro Manco sobre el Carnaval de Barranquilla, a las que se añaden los trabajos pioneros de Jaime Muvdi, emisiones del *Noticiero del Caribe* de Alvaro Cepeda Samudio, *La Ópera del Mondongo* de Luis Ernesto Arocha restaurada en Londres, *Ay Carnaval* de Heriberto Fiorillo, *El Guacamaya* de Pacho Bottía, y *La Fiesta y Garabato* del cartagenero Ricardo Cifuentes. El CEDAC forma parte del Servicio de Información del Patrimonio Audiovisual de Colombia, creado por el Ministerio de Cultura y la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano. Pero ¿Qué debe y qué no debe conservarse? y ¿cuáles son actualmente los parámetros que definen esta función? son algunas de las interrogantes que la región está en mora de abordar.

Museo del Caribe

63

Para esta investigación es un logro significativo el haber incluido en esta cartografía las 12 obras audiovisuales que hacen parte de la exposición permanente del Museo del Caribe, ya que éstas poseen un carácter singular dentro de la producción audiovisual no solo de la región sino del país. Realizadas con un objetivo educativo estas piezas van desde la convencional proyección múltiple de fotos fijas sobre una gran superficie, que es el gran atractivo de la Sala Naturaleza, hasta la puesta en escena audiovisual de la Sala de la Expresión, donde la imagen previamente grabada de los músicos va apareciendo proyectada a tamaño natural en las paredes de la sala a medida que se desarrolla el tema musical de este espacio; pasando por los documentales sobre las etnias indígenas y los testimonios de los narradores, decimeros, poetas e intérpretes con que se rinde homenaje a la tradición oral de la región.

La importancia de estos materiales -realizados íntegramente en HD- reside no sólo en su valor educativo, museográfico y audiovisual en sí mismo, sino también cultural, ya que muchas de esas piezas constituyen ya parte del patrimonio audiovisual de la región por su valor estético y documental.

Las instituciones de educación superior

En la región Caribe el primer antecedente de formación audiovisual a nivel profesional data de 1971, con el Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Autónoma del Caribe, que hoy opera el Canal 23, la Radio Cultural Uniautónoma y la productora Uniautónoma Televisión. Durante casi dos décadas este fue el único programa de esta área en la región Caribe, pero hoy existen programas con diversos énfasis en las Universidades del Norte (que posee emisora y canal interno de t.v.) y Simón Bolívar, en Barranquilla, Jorge Tadeo Lozano y Tecnológica de Bolívar en Cartagena, del Sinú, de Córdoba y Bolivariana en Montería, además de diversos programas de producción de radio y televisión a nivel técnico en diferentes ciudades.

■ 2. Un paneo y un zoom al audiovisual en el Caribe

El interés de la investigación, como hemos expresado, se centró en identificar los usos del audiovisual que hacen diversos tipos de actores de la sociedad civil de la región Caribe, y en obtener una caracterización de estos según el tipo de organización, naturaleza, objetivos, motivaciones y temáticas, entre otros. Para ello, se identificaron y ubicaron 148 de esos actores en el espacio geográfico y social del Caribe colombiano, de los cuales un grupo de 97 (el 65.5%) respondió la ficha de información sobre los productos y actividades audiovisuales que adelanta, gracias a lo cual se alcanzó un primer nivel de información a una muestra aún extensiva. A su vez, entre los 97 encuestados se hizo una caracterización más detallada a una muestra de 28 (el 19%) para un segundo nivel de información, y, finalmente, se escogió un grupo de seis experiencias exitosas para estudios de caso o intensivos que arrojaron un tercer nivel de información.

De esta forma, se obtuvo una cartografía de la actividad audiovisual de la región en un corte de seis años.

2.1. Un proceso joven como la sociedad civil

La mayor parte de las organizaciones sociales estudiadas tienen procesos incipientes de aprendizaje en la actividad audiovisual, si tenemos en cuenta que, para el caso de las 28 experiencias destacadas el 71,4% de las organizaciones fueron creadas en los últimos diez años, aunque no todas comenzaron a trabajar el audiovisual desde sus inicios, sino, en promedio, en los últimos cinco años. Si exceptuamos a Comfenalco Cartagena, que es una caja de compensación fundada en 1960, a Telecaribe y a la Cinemateca del Caribe, por ser especializadas en lo audiovisual, tendremos a la Corporación Desarrollo Solidario y a Funsarep

como las organizaciones más antiguas, con más de veinte años de fundadas, mientras que la antigüedad de las demás oscila entre quince y cinco años.

Estas instituciones, organizaciones, colectivos y personas naturales se caracterizan en su conjunto por realizar un trabajo sin ánimo de lucro y con pretensiones de cambio social o de contribución a la memoria audiovisual del Caribe.

En el momento actual vemos, entonces, una diversidad de formas de apropiación del audiovisual por parte de unos grupos sociales que están usando cada vez más este lenguaje y los espacios virtuales, y en ese proceso están construyendo discursos y proponiendo nuevas formas de interacción con el resto de la sociedad regional, nacional e, incluso, mundial. Casos como el del proyecto *Cinta de Sueños*, en los Montes de María, son ejemplo de las transformaciones que esos usos pueden producir en la vida de las personas, mientras que la producción de los colectivos juveniles urbanos da cuenta de una gran capacidad para contar historias con un mínimo de recursos técnicos y económicos.

La mayoría de estas organizaciones se inserta de algún modo en la llamada “sociedad civil”, que en su concepción original se supone organizada y participante, dentro de los principios de la democracia moderna, pero que en la región Caribe no siempre alcanza a tipificarse como organizada, aunque sí crecientemente participativa a través de los canales de opinión e interacción que ofrecen hoy las redes sociales. Experiencias como las del Colectivo Zhigoneshi (articulado a las organizaciones Gonawindúa Tayrona y Confederación Indígena Tayrona), del Colectivo de Comunicaciones Montes de María o de Funsarep, por ejemplo, se inscriben claramente dentro de los nuevos movimientos sociales colombianos, conectados en red, informados y con gran capacidad argumentativa en la reivindicación de los derechos ciudadanos de las poblaciones en las que han surgido; pero no todas poseen la madurez organizativa o la capacidad de incidencia política de estos, y su radio de acción e intereses giran alrededor de temas y prioridades más locales, como son los casos de la Fundación Henrietta’s, de San Andrés, o de la Corporación Jupaco, de San Basilio de Palenque.

Los productos audiovisuales derivados de estos agenciamientos revelan las partes en tensión, los diálogos y las complicidades culturales y políticas que los grupos sociales producen, construyen, inventan y despliegan frente a imágenes y memorias *oficiales*, al frenesí del capital, a las verticalidades del mercado y a las seducciones del consumo. Vemos cómo los recursos mediáticos resultan útiles a estos grupos para ordenar su existencia cotidiana y simbólica frente al desafío que representan hoy la globalización y las múltiples violencias y desigualdades que viven la región y el país.

En esta sección presentamos el ejercicio de mapeo de las 166 producciones audiovisuales inventariadas, a partir de las cuales identificamos 148 organizaciones, colectivos audiovisuales y realizadores independientes en ocho departa-

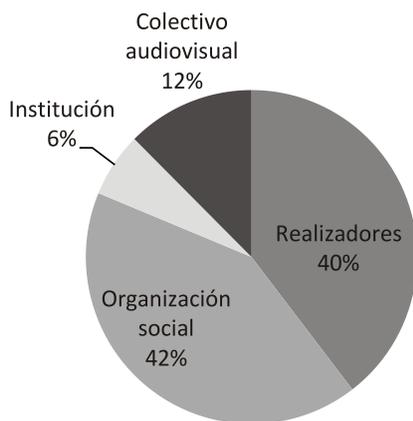
mentos, de los cuales 96 (el 65%) diligenciaron la ficha o concedieron entrevistas para suministrar la información.

2.2. Quiénes usan el audiovisual

La composición de los actores sociales que usan el audiovisual en la región Caribe, como lo muestra la gráfica 1, indica que tienen casi el mismo porcentaje de participación las organizaciones sociales y los realizadores independientes, con 42% y 40% respectivamente, seguidos por los colectivos audiovisuales y las instituciones educativas, culturales o audiovisuales, como universidades, Museo del Caribe y Cinemateca del Caribe.

Entre los entes sociales identificados se encuentran organizaciones no gubernamentales que trabajan con campesinos, indígenas, mujeres, jóvenes, desplazados, minorías sexuales y afrodescendientes, que reivindican el derecho a la equidad, a la inclusión, a un ambiente sano o a la reparación a las víctimas del conflicto armado, entre otros.

GRÁFICO 1
Tipos de actores sociales encuestados



Los colectivos audiovisuales, radicados casi en su totalidad en Barranquilla, como veíamos al comienzo de este capítulo, son un poco más del 10 % de los actores sociales que están usando el audiovisual en la región Caribe, y entre las instituciones están, entre otras, las universidades, la Cinemateca del Caribe, el canal regional y el Museo del Caribe. Esta institución, si bien no tiene entre sus funciones la producción audiovisual en sí misma, se vale de este lenguaje para muchas de sus piezas y posee una importante colección de imágenes de la región y piezas audiovisuales de especial interés para un estudio posterior, como son los mini-documentales etnográficos de la Sala Gente, que dan una visión de los distintos grupos étnicos que habitan en el Caribe colombiano.

2.3. Dónde se localiza la actividad audiovisual

En conjunto, los actores sociales con los que se estableció contacto reportaron en el periodo 2004 – 2010 la existencia de 166 obras o productos audiovisuales finalizados o en proceso. Algunas organizaciones reseñaron obras anteriores a este periodo, las cuales fueron descartadas de la muestra. Así mismo, 35 organizaciones de la región reportan actividades de formación para el audiovisual, exhibición y formación de públicos.

Algunos de los procesos que destacan en el campo de la formación en apreciación y producción audiovisual, agenciados tanto por organizaciones sociales como por alianzas institucionales, son el del 'Festival de cine de Cartagena' y la Caja de Compensación Familiar Comfenalco, con niños y jóvenes afrodescendientes del Distrito de Cartagena y sus alrededores. Entre las organizaciones que adelantan actividades de formación se encuentran el Colectivo de Comunicaciones Montes de María, Funsarep, y El Colegio del Cuerpo, que reporta la realización de 150 cortos como producto de sus talleres con niños y jóvenes de las escuelas de Cartagena vinculadas al proyecto pedagógico de esta institución.

La distribución geográfica de estos actores sociales es como se muestra en los cuadros 1 y 2 y en el mapa que siguen:

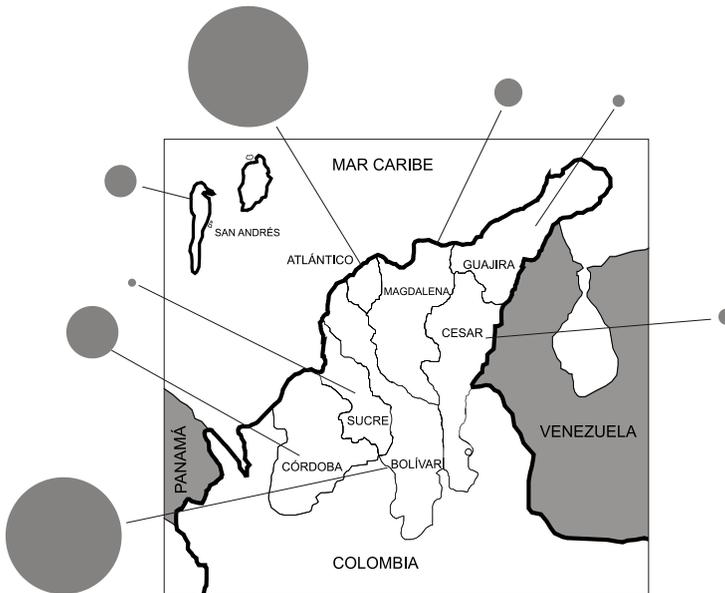
CUADRO 1

ACTORES SOCIALES CONTACTADOS POR DEPARTAMENTO	
Departamento	Total
Atlántico	57
Bolívar	45
Córdoba	13
Magdalena	13
San Andrés y Providencia	8
Sucre	5
Cesar	1
La Guajira	3
Total	148

Este primer hallazgo nos muestra, en términos de participación regional, cómo Atlántico y Bolívar siguen siendo los departamentos que lideran la actividad audiovisual, y La Guajira, Sucre y Cesar los que aparecen rezagados.

CUADRO 2

ACTORES SOCIALES ENCUESTADOS POR DEPARTAMENTO					
Departamento	Realizadores	Organización Social	Institución	Colectivo audiovisual	Total
Atlántico	11	8	4	7	30
Bolívar	8	19	1	1	29
Córdoba	7	4	1	1	13
San Andrés y Providencia	4	3	0	1	8
Magdalena	5	2	0	0	7
Cesar	0	3	0	1	4
La Guajira	2	1	0	0	3
Sucre	1	0	0	1	2
Total	38	40	6	12	96



2.4. Sobre qué están hablando

En cuanto a las historias narradas en los productos audiovisuales, se identificaron más de treinta categorías temáticas, entre las que sobresalen 'Tradiciones culturales del Caribe', 'Patrimonio musical' e 'Historias urbanas', como las tres más recurrentes. En los siguientes lugares aparecen 'Procesos juveniles', 'Historias de vida' y 'Medio ambiente'. Sobresale también la irrupción de los 'Procesos sociales de mujeres', 'Conflicto' y 'Memoria', éstos últimos en clara relación con la producción que presentan en temáticas como ésta Funsarep y el Colectivo de Comunicaciones Montes de María, (que si bien sólo registró tres producciones en el compilado regional, luego incorporó a su producción los 10 documentales realizados a finales de 2010 por los Colectivos de Narradores y Narradoras de la Memoria)

Resaltamos la aparición de trabajos sobre el tema de regionalización, y el importante número de productos argumentales plasmados por organizaciones sociales o realizadores independientes, por fuera de los circuitos de producción cinematográfica.

2.5. Lo que muestran las experiencias destacadas

En el siguiente aparte se presentan los datos generales que arroja la caracterización de las 28 experiencias exitosas, con base en la tabulación de las encuestas aplicadas. En la mayoría de los casos, fueron enviadas por correo electrónico y diligenciadas por el realizador o por el representante de la organización, sin intervención de los investigadores.

69

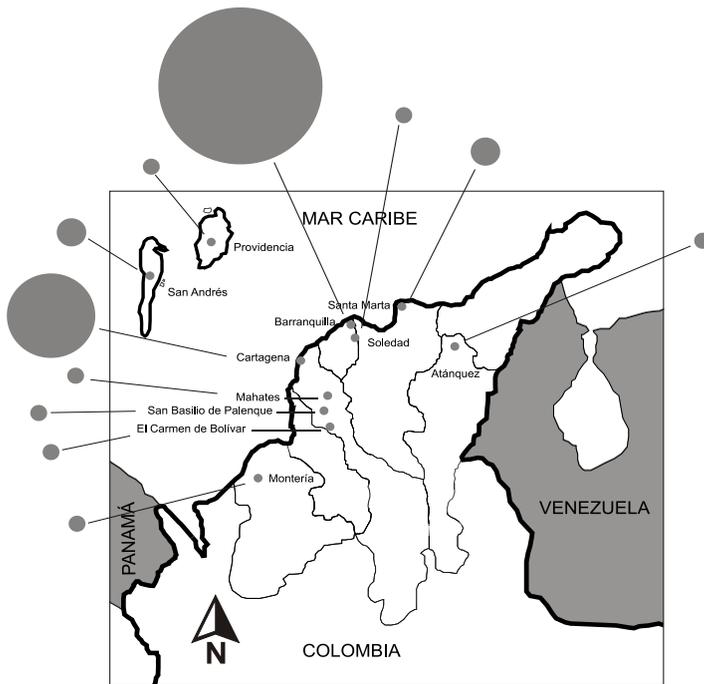
¿Quiénes las crearon?, ¿dónde y por qué surgieron estas organizaciones?, ¿qué usos están haciendo del audiovisual? Algunas de estas son experiencias consolidadas, otras están pleno crecimiento, pero todas tienen aprendizajes que compartir con los nuevos proyectos audiovisuales que siguen surgiendo en la región.

Ubicación geográfica de las experiencias

La investigación tuvo una cobertura en los ocho departamentos de la región y 11 municipios. Barranquilla, Cartagena, Santa Marta y San Andrés concentran los mayores porcentajes de aparición como sedes de las experiencias destacadas, lo que, llevado a una representación departamental, nos da un 43% para Atlántico, 32% para Bolívar, y 11% para San Andrés y Providencia. (Véase el cuadro 3).

CUADRO 3

Ciudad	Nº de experiencias	%
Barranquilla	11	39%
Cartagena	6	21%
Soledad (Atlántico)	1	4%
Mahates (Bolívar)	1	4%
San Basilio de Palenque (corregimiento de Mahates)	1	4%
El Carmen de Bolívar(Bolívar)	1	4%
Santa Marta	2	7%
Atánquez (Cesar)	1	4%
Montería	1	4%
San Andrés	2	7%
Providencia	1	4%
TOTAL	28	100%



Tipo de organización

En la caracterización según tipo de organización se observa que en la mayoría de los casos estos actores sociales se identificaron en la encuesta como asociaciones, fundaciones o corporaciones sin ánimo de lucro (53%), seguidas por los realizadores independientes, que constituyen el 29% de la muestra, y por los colectivos, con un 11%. (Véase el cuadro 4).

CUADRO 4

TIPO DE ORGANIZACIÓN		
PERSONA JURÍDICA SIN ÁNIMO DE LUCRO	15	53%
PERSONA JURÍDICA CON ÁNIMO DE LUCRO	2	7%
NINGUNA	3	11%
PERSONA NATURAL	8	29%
TOTAL	28	100%

Al precisar la naturaleza jurídica de la organización, resaltamos que un 89% de las organizaciones encuestadas están constituidas jurídicamente, lo que le da formalidad a su actividad. De este porcentaje, el 53% clasifica como persona jurídica sin ánimo de lucro, y el 11% no se identifica con ninguna de las dieciocho opciones ofrecidas por la encuesta o, simplemente, no marcaron el ítem. El porcentaje de realizadores independientes acá se expresa como persona natural, ya que la encuesta aplicada a los realizadores no contenía la pregunta sobre tipo de persona jurídica.

En cuanto al año de creación de las organizaciones, se observa que el 71,4% se creó en los últimos diez años, con un auge entre 2002 y 2006; además, la muestra refleja la creación de muchas organizaciones audiovisuales.

Principal actividad audiovisual

Esta es la primera pregunta que nos indica el tipo de uso del audiovisual que está haciendo la organización, el colectivo o la persona, de acuerdo con las opciones de la selección múltiple. El resultado nos muestra que el tipo de uso más extendido es la producción o realización, con un 60%, mientras que la formación para el audiovisual y la formación de públicos obtienen solo un 18% y 11%, respectivamente, y les sigue la exhibición y la emisión por televisión e Internet. No se presenta ninguna experiencia ni en la muestra general ni en la seleccionada, de distribución y comercialización, como tampoco de investigación o crítica. (Véase el cuadro 5).

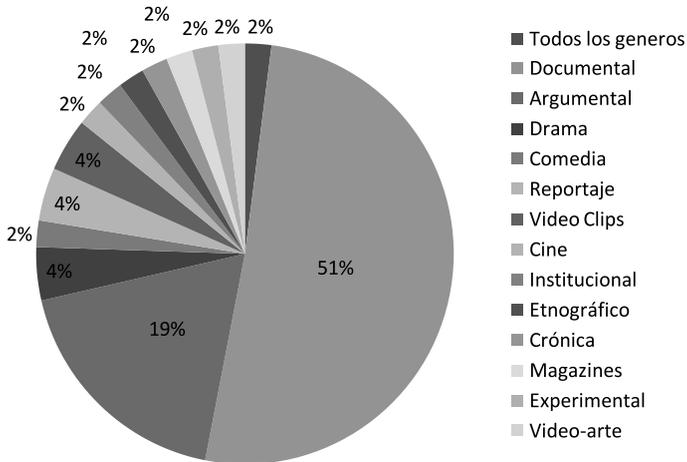
CUADRO 5

PRINCIPAL ACTIVIDAD AUDIOVISUAL DESARROLLADA		
PRODUCCIÓN / REALIZACIÓN	16	60%
FORMACIÓN / CAPACITACIÓN	6	18%
FORMACIÓN DE PÚBLICO	2	11%
EMISIÓN POR TELEVISIÓN O INTERNET	1	4%
DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	0	0%
EXHIBICIÓN	3	7%
INVESTIGACIÓN / ANÁLISIS / CRÍTICA	0	0%
OTRA	0	0%
TOTAL	28	100%

Principales géneros y temas abordados

Otra de las preguntas de la encuesta apuntaba a cuantificar la preferencia por géneros audiovisuales en el trabajo de las organizaciones y de los realizadores ofreciendo la posibilidad de marcar varias opciones. La gráfica 2 muestra una clara preponderancia del documental (51%) sobre otros géneros del audiovisual, y es apreciable el porcentaje de trabajos narrados en clave de ficción (19%).

GRÁFICO 2
Géneros más utilizados



En cuanto a las temáticas, a diferencia de las tendencias que se observan entre las 96 experiencias regionales contactadas, en la muestra de 28 experiencias exitosas predominan las obras relativas a la cultura, seguidas por las que se ocupan de expresiones artísticas y culturales, que tienen un 14%, mientras que temáticas como memoria, desplazamiento forzado y derechos humanos igualan, con un 11%, a las relacionadas con política, varios, y temas libres.

Varias organizaciones tratan en forma exclusiva algunas temáticas que otras organizaciones no registran, como el conflicto armado por parte del Colectivo Montes de María, el narcotráfico por parte de Henriettas Group, de San Andrés, y las enfermedades de transmisión sexual por parte de CDS, de Mahates, Bolívar.

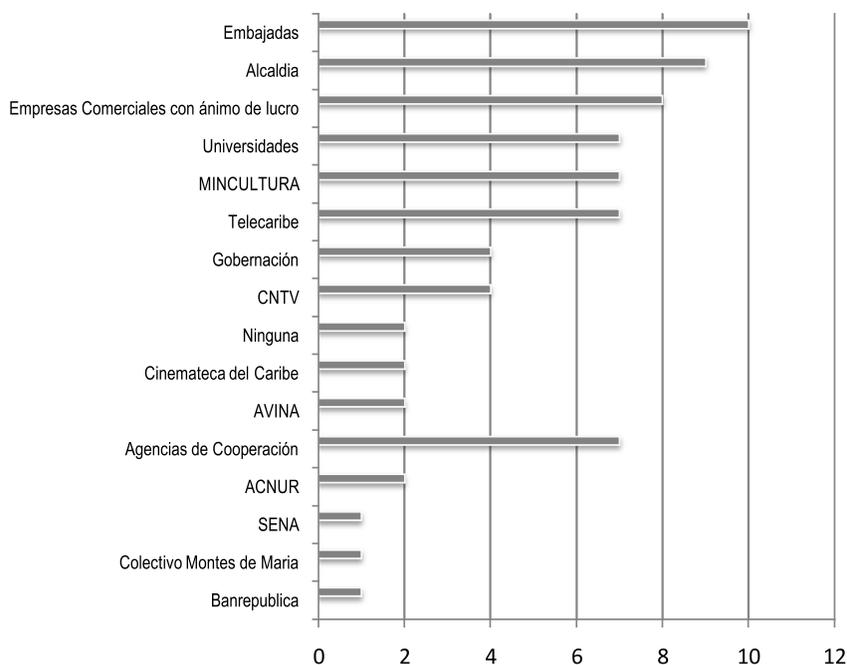
GRÁFICO 3
Temáticas más frecuentes



Origen de los recursos para las producciones

Uno de los aspectos que interesa observar en la muestra seleccionada es el del origen de los recursos para la actividad audiovisual. Encontramos que la mayoría de las producciones se hacen, en primer lugar, con recursos provenientes de convocatorias o concursos; en segundo, con recursos propios; y, en tercero, con patrocinios estatales o privados. Estos patrocinios, según los actores sociales encuestados, provienen mayoritariamente, en su orden, de alcaldías, embajadas y empresas comerciales, y, luego, del Ministerio de Cultura, universidades, Telecaribe, gobernaciones y la CNTV, como vemos en la gráfica 4.

GRÁFICO 4
Entidades que apoyan proyectos audiovisuales



74

Dos de los realizadores independientes encuestados, Javier Saltarín y Alejandro Ángel, de Barranquilla, no han recibido ningún tipo de apoyo en sus producciones, y hay un grupo de organizaciones que nunca ha recurrido a recursos propios para sus proyectos. Estas últimas son El Colegio del Cuerpo, Locumental Festival, Colectivo de Comunicaciones Montes de María, Fundación Cine a la Calle, Cinemateca del Caribe y The Lighthouse.

Finalmente, por su estrecha relación con los usos del audiovisual que se traducen en actividades y producciones audiovisuales de los actores sociales encuestados, interesa mirar las motivaciones que estos declaran para su trabajo audiovisual. Sobresalen entre ellas, como las principales, las de contribuir a la memoria audiovisual del Caribe (14%), retratar el momento histórico, y buscar nuevas miradas y formas de contar la cotidianidad, ambas con 9%, y, en tercer lugar, las de transformar la sociedad, y fomentar el respeto hacia culturas diferentes, con 8% cada una.

Los diversos usos sociales de las tecnologías y soportes audiovisuales presentan dinámicas desiguales respecto al acceso, la producción y la divulgación de los productos. Encontramos en este mapa de experiencias agenciamientos limitados por la poca disponibilidad de recursos de producción y difusión, acompa-

ñados, no obstante, de significativos esfuerzos y de visiones llenas de creatividad, curiosidad y persistencia.

En el anexo de gráficas se presentan otros resultados más detallados de la tabulación de estas experiencias destacadas.

2.6. Los estudios de caso

A las experiencias caracterizadas como exitosas en la sección anterior, se les aplicaron los siguientes criterios, con el fin de escoger los estudios de caso:

- a. Refleja la diversidad de actores y prácticas audiovisuales identificadas.
- b. Es una experiencia consolidada.
- c. Ha tenido o tiene un alto impacto en la comunidad o en sus áreas de influencia.
- d. Permite documentar procesos de organización, creación o apropiación del audiovisual por parte de comunidades o colectivos locales.

Aplicados estos parámetros de evaluación, se obtuvieron seis experiencias que merecían ser estudiadas en detalle, que fueron:

- La Asociación Santa Rita de Educación y Promoción (Funsarep), de Bolívar, por la continuidad en la búsqueda de lo audiovisual como complemento de las estrategias de educación popular que la organización adelanta en las comunidades afrocolombianas de Cartagena incorporando la capacitación de jóvenes y la realización de relatos audiovisuales juveniles.
- El Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21, de Bolívar, por el empleo del audiovisual en procesos de reconstrucción de la memoria colectiva en comunidades rurales de los Montes de María y de la serranía del Perijá consolidando eventos como el 'Festival audiovisual de los Montes de María', donde se muestra la producción de los colectivos de narradores y narradoras de la memoria.
- El Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi, de la Sierra Nevada de Santa Marta, por ser una experiencia audiovisual mediada por un alto grado de concertación entre los pueblos indígenas, sobre la apropiación y el uso del lenguaje audiovisual en el agenciamiento de procesos identitarios, de territorio y de diversidad cultural.
- El 'Festival internacional de cortometrajes al aire libre Cine a la Calle', como ejemplo de consolidación de la iniciativa de unos estudiantes que desde el año 2000 le apostaron a un evento al aire libre para la formación de públicos

y la circulación del audiovisual en Barranquilla y en municipios del Atlántico.

- La Fundación Henrrieta's Group, del archipiélago de San Andrés y Providencia, por su trabajo continuo de formación y promoción de la actividad audiovisual en jóvenes isleños, como posibilidad de expresión y desarrollo.
- César Berrocal, de Córdoba, permite conocer las dinámicas de producción de un realizador independiente de provincia que irrumpe en la televisión regional con una propuesta narrativa propia dentro una visión de identidad regional.

En el estudio de cada uno de estos casos se aplicaron las siguientes categorías de análisis con las cuales se buscó dar respuesta a las preguntas de la investigación:

1. Características del contexto
2. Descripción de la experiencia
3. Estudio de la experiencia
 - 3.1. Perfil de las personas entrevistadas
 - 3.2. Modalidad predominante e intención del trabajo
 - 3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia estudiada
 - 3.4. Estrategias para dar respuesta a la situación
 - 3.5. La relación con el contexto
 - 3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado
 - 3.7. La relación con el público
 - 3.8. Factores de éxito y dificultades
4. Análisis del caso

En la siguiente sección presentamos los documentos correspondientes a los seis estudios de caso mencionados.

Territorio y autonomía en la Sierra Nevada de Santa Marta

De la palabra a la imagen, para que entienda el hermano menor

Experiencia: Centro de Comunicación Indígena Zhigoneshi

Localización: Santa Marta, Magdalena.

Año de creación: 2007

Período de estudio: 2007-2010

Procesos de producción audiovisual vinculados a la lucha por el territorio y la cultura de los cuatro pueblos ancestrales de la Sierra Nevada de Santa Marta.

El Centro de Comunicación Zhigoneshi fue creado por la Organización Gonawindúa Tayrona, que representa un sector de las comunidades kogui, wiwa y arhuaca de la Sierra Nevada de Santa Marta. Si bien el centro tiene importantes antecedentes en diferentes procesos y productos comunicativos emprendidos por la dirigencia indígena desde finales de la década de los noventa, solo se consolida a partir de 2007, cuando consigue conformar un equipo especializado y una infraestructura que funcionan en la Casa Indígena de Santa Marta. Para una mejor comprensión del papel e importancia de esta experiencia en el territorio en que se desarrolla, es importante conocer la caracterización de la Sierra Nevada de Santa Marta a partir de sus realidades geográficas, ambientales y culturales.

77

1. Características del contexto

La Sierra Nevada de Santa Marta es un macizo de 5.775 metros sobre el nivel del mar, con 17.000 km² de territorio, ubicado al norte de Colombia. Posee dos parques nacionales naturales: el Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta y el Parque Nacional Natural Tayrona. Otras dos áreas protegidas lo circundan por diferentes vertientes: el Santuario de Fauna y Flora Los Flamencos, en La Guajira, y el Santuario de Fauna y Flora de la Ciénaga Grande de Santa Marta, en el Magdalena.

Junto a estas riquezas naturales, la Sierra alberga una gran diversidad cultural representada en cinco pueblos indígenas y en los vestigios arqueológicos de la llamada civilización Tayrona, elementos que hacen de ella un lugar de interés no solo turístico, sino también académico, además de ser un espacio de acción

de organizaciones internacionales y, desde hace más de dos décadas, un tema frecuente en producciones audiovisuales extranjeras.

Se estima que actualmente alrededor de 80.000 indígenas descendientes de estos antiguos pueblos viven en este territorio, repartidos en los resguardos indígenas de las etnias kogui, arhuacos, kankuamos y wiwas. También existe alguna presencia de la comunidad wayuú en la zona limítrofe de la Sierra Nevada con la baja Guajira. Las zonas bajas y medias del macizo, tanto por la vertiente del Cesar como por la del Magdalena, comenzaron a ser ocupadas desde mediados de los años cincuenta del siglo XX por colonos que migraron principalmente de la región andina para establecer fincas y parcelas agrícolas, así como por ganaderos, comerciantes e industriales de Antioquia y de la misma región Caribe, que poseen amplias extensiones en el piedemonte con ganadería extensiva y cultivos de palma y banano.

Actualmente, las comunidades indígenas de la Sierra poseen las siguientes instancias de organización y consulta:

- Organización Gonawindúa Tayrona (OGT) de la etnia kogui.
- Organización Wiwa Yugumaiun Bunkuanarrúa Tayrona de la etnia wiwa.
- Confederación Indígena Tayrona (CIT) de la etnia arhuaca.
- Organización Indígena Kankuama (OIK).
- Consejo Territorial de Cabildos (CTC) de la Sierra Nevada de Santa Marta, el más amplio y respetado espacio de consulta e interlocución entre los líderes, y de estos con el Estado.

Estos pueblos, que tienen a la Sierra Nevada como territorio ancestral, han afrontado las consecuencias del conflicto armado de las últimas décadas: desplazamientos masivos, amenazas, asesinatos de líderes y una larga historia de saqueos, abusos y usurpación de sus lugares sagrados, que, sumados a la presencia de cultivos ilícitos y grupos paramilitares, han ocasionado el deterioro de los ecosistemas y agresivos procesos de aculturación que afectan las dimensiones materiales y espirituales de las comunidades nativas. (De La Hoz, 2005; Rodríguez, 2004).

En palabras de un líder indígena de la Organización Gonawindúa Tayrona, los conflictos sociales, políticos y militares dentro de este territorio vienen “violentando el engranaje armónico” de las costumbres y tradiciones ancestrales de los pueblos que lo habitan. De un lado, está la presión de los grupos armados sobre las poblaciones y el uso de la tierra para cultivos ilícitos; y, de otro, está el Estado colombiano enfrentándolos. Son factores que, en conjunto, “han transgredido la vida y la tranquilidad de los pueblos indígenas”. Los desplazamientos

y el confinamiento a ciertas zonas acarrear problemas de seguridad alimentaria y enfermedades. Además, a los diversos ángulos del conflicto se suma

El incremento desaforado y desordenado de proyectos y megaproyectos de desarrollo y turísticos alrededor de la Sierra Nevada. Estos proyectos no son un escenario de fácil manejo por parte del pensamiento ancestral [...]. Los parámetros culturales parecen ser sepultados por el desarrollo inmediato de infraestructuras que solo solucionan problemas sectoriales. (Torres, 2009:57) ³

Esta situación explica que los pueblos de la Sierra Nevada de Santa Marta estén inmersos en abiertos y significativos procesos de movilización cultural y social, en busca de reconocimiento y respeto que les permita mantener su autonomía cultural y política y sus condiciones de vida digna, y cumplir su misión de salvaguardar la tierra que les fue dada. Este propósito se expresa en una serie de documentos que comienzan a producirse a partir de la crisis generada por el conflicto armado, en la segunda mitad de la década de los noventa, cuando las condiciones del contexto empiezan a hacer evidente la necesidad de buscar mecanismos de organización y unidad entre los pueblos y sus autoridades.

Julio Barragán, ex asesor de la OGT, actual asesor del Consejo Territorial de Cabildos, quien ha trabajado durante cerca de treinta años con las comunidades de la Sierra Nevada de Santa Marta, señala sobre esta etapa:

Hasta esa época había serias diferencias entre las organizaciones, lo que dificultaba la comunicación, el intercambio, y la posibilidad de tener una vocería como indígenas de la Sierra. Cada organización actuaba de manera independiente, aisladas entre sí y a veces de modo contradictorio. En 1995 comienza un proceso muy fuerte y muy interesante de búsqueda de esa unidad, que se empieza a consolidar en el 99. A partir de una experiencia con la Fundación Pro Sierra, y de una discusión muy fuerte que se dio en esos años, se crea un espacio político que se llama el Consejo Territorial de Cabildos (CTC), donde tienen asiento los cabildos de las cuatro organizaciones.

Desde el punto de vista interno, ese proceso termina de consolidarse en el 2000, y a partir de entonces los cabildos y mamos ven la necesidad de comunicarse más con el exterior para que ese mundo de afuera, el de los hermanos menores, entienda mejor al mundo indígena, y así lograr que los intereses y expectativas de su gente sean tenidos en cuenta por el Estado y los entes internacionales.

Volvamos al relato de Barragán para comprender el papel que jugó en la siguiente fase la práctica comunicativa del movimiento indígena de la Sierra:

Cuando se consolida el CTC hay unas circunstancias políticas en las que el protagonismo de los pueblos indígenas se vuelve central en la región, y se logran unos acuerdos políticos con los gobiernos de Andrés Pastrana y de Álvaro Uribe que ningún otro pueblo indígena en el país

había logrado en esa forma. Los otros pueblos lo habían logrado a partir de marchas y tomas de carreteras, como la gente del sur. Es decir, con presión, en cambio aquí fue *produciendo material, escribiendo* y presionando en escenarios políticos como fuimos llevando a que el CTC tomara tal carácter que un gobierno como el de Pastrana (1998-2002) y uno peor como el de Uribe (2002-2010) hayan dicho: “Yo me siento con ellos”. Allí hay un reconocimiento del otro.⁵

Algunos de esos logros históricos fueron el acceso al mar por primera vez, que era un reclamo histórico desde el siglo XVI. El reconocimiento de la Línea Negra⁶, durante el gobierno de Ernesto Samper (1994-1998), fue otro punto de quiebre importante. En el gobierno de Pastrana se logró, tras un intenso proceso de consulta, algo que en opinión de Barragán fue un campanazo de alerta sobre la importancia de los pueblos indígenas y de su participación en el desarrollo de la región: la negación de la licencia ambiental al puerto de Prodeco⁷, en Dibulla, La Guajira:

Frenar un proyecto de semejante envergadura bajo argumentos culturales y ambientales fue histórico para nosotros. Que después viene el siguiente Gobierno y se pasa por la faja todo eso fue otra cosa, pero *en ese momento nos dimos cuenta del poder que tiene la tradición, y del poder que tiene poder decirle a otros cómo es que funcionan las cosas.*

Sin embargo, la unidad y la fortaleza obtenidas de esas victorias también resultaron resquebrajadas por la guerra que se libraba en el territorio, como lo describe el antropólogo Barragán:

80

Eso llevó a retraerse, porque dar la discusión de frente era muy duro, sobre todo porque la guerra se intensifica y la respuesta del Estado es militarizar la Sierra, y eso nos golpeó. [...] Se cortaron las comunicaciones, no había diálogo entre la dirigencia indígena pensada hacia afuera, que son las organizaciones, con la dirigencia indígena representada en los mamos, que son la autoridad de todos. Esa comunicación se rompió por la guerra y después es mediatizada por el Estado.

Diversos análisis de la situación política y social de la Sierra, en la última década, coinciden en señalar las fuertes tensiones y rupturas que experimentaron los diferentes sectores del movimiento social en ese territorio, como consecuencia del conflicto y de las políticas gubernamentales dirigidas a combatirlo. En este sentido, la aplicación de la estrategia de los pueblos talanquera por parte del anterior gobierno, con sus millonarias inversiones, generó, por ejemplo, acusaciones de corrupción entre ciertos sectores indígenas y se comenzó a hablar de división en sus organizaciones.

Todo ello ha llevado a las fuerzas indígenas a un reacomodo y a la adopción de diversas formas de resistencia. Es en este escenario en el cual surge y se desarrolla la experiencia del Colectivo Zhigoneshi cuya historia, evolución y características veremos en el siguiente aparte.

■ 2. Descripción de la experiencia

En la página web <http://zhigoneshi.org> del Centro de Comunicación Indígena-Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia, se encuentra la siguiente definición de la organización que nos ocupa:

El Centro de Comunicaciones Zhigoneshi es una dependencia de la Organización Gonawindúa Tayrona⁸, que busca fortalecer los procesos institucionales de los pueblos kogui, wiwa y arhuaco de la Sierra Nevada de Santa Marta, a través de estrategias concertadas, encaminadas a la sensibilización dentro de las comunidades indígenas y de estas hacia fuera, basados siempre en el respeto de las tradiciones ancestrales y en su relación con los avatares de la modernidad. El Centro de Comunicaciones Zhigoneshi tiene como objeto social investigar, clasificar, diseñar, editar y producir material audiovisual (videos institucionales, documentales, reportajes...) e impresos (cartillas, libros, revistas, folletos...) extraídos de la cotidianidad de los pueblos indígenas, así como de las situaciones de orden social, cultural, ambiental, etc., que son manejados en la organización Gonawindúa Tayrona⁹.

La creación y perfil del Centro, también conocido como Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi (CCZ), es producto del deseo de las comunidades indígenas de la Sierra de construir memoria y comunicar su experiencia y visión ancestral del mundo a los hermanos menores, lo mismo que de utilizar la imagen como una herramienta de lucha por su reconocimiento y la defensa de sus derechos. A través de su trabajo, este colectivo permite construir imágenes y narrativas de auto representación, y desplegar estrategias que contribuyen a un mejor conocimiento y conservación de su cultura y territorio ancestral.

81

Entre las producciones más importantes de este esfuerzo, realizadas con el apoyo del Estado y organismos internacionales, se encuentran: la serie *Palabras mayores*, y los documentales *Nabusímake. Memorias de una independencia y Resistencia en la Línea Negra* (actualmente en proceso de edición). Adicionalmente, el equipo técnico de Zhigoneshi está al servicio de todas las organizaciones indígenas de la Sierra, para lo que cuenta con directores de las cuatro etnias, quienes asumen la coordinación cuando se requiere grabar reuniones importantes o declaraciones de sus autoridades tradicionales. Por todo lo anterior, el colectivo posee un importante archivo que se constituye en la memoria audiovisual de los grupos étnicos de la Sierra Nevada de Santa Marta.

El Colectivo Zhigoneshi ha participado en distintos eventos y se ha vinculado con colectivos pares a nivel regional y nacional, entre ellos “Una región imaginada. Encuentro de colectivos de comunicación del Caribe colombiano”, con el apoyo de la Universidad del Magdalena y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Santa Marta (2008), y “Daupará. Primera muestra de cine y video indígena en Colombia”, Bogotá (2009) y Popayán (2010).

2.1. Antecedentes

La palabra kogui *zhigoneshi* (“yo te ayudo, tú me ayudas”), que entraña la idea de mutua cooperación, se utilizó por primera vez en 1985, cuando se hicieron las primeras ediciones de *Palabras de mamo*. Estas cartillas, impresas en papel reciclado, con la traducción al español de los relatos de los mamos acerca de la creación, la naturaleza y la relación entre todos los seres vivos, fueron los primeros intentos por iniciar, desde las mismas comunidades indígenas, un trabajo de comunicación hacia el exterior o mundo de los “hermanitos menores”¹⁰.

En los años siguientes se editaron varios números de la revista *Zhigoneshi*, que llevaba debajo del cabezote la definición: “Boletín de la Casa Indígena de Santa Marta y del proyecto Gonawindúa”. Una década más tarde, la misma palabra le da título a un centro de producción que habría de continuar el trabajo de comunicaciones a través de tres lenguajes distintos: la palabra escrita, la fotografía y el video.

Julio Marino Barragán expresa que el interés de estos pueblos por la comunicación con el resto del mundo viene, en efecto, de tiempo atrás, y como un antecedente importante de esa apertura señala el documental de Alan Ereira, *Desde el corazón del mundo*¹¹: “Esa es la primera vez que las autoridades dicen de manera explícita: ‘Sí, nos interesa que nos muestren en otros lados’ ”.

Si no fuera por esa película dice Barragán estarían pasando otras cosas. La presencia de organizaciones no gubernamentales y de organismos internacionales, en buena parte, se debe a esa película. Esa primera experiencia fue muy importante y, a nivel local, la revista *Zhigoneshi* [...]. Yo creo que el Centro de Comunicaciones Zhigoneshi, como tal, está en gestación [...] Hay otros procesos comunicativos en la Sierra más viejos. Los arhuacos, en las décadas de los ochenta y noventa, tuvieron un programa de radio en *La Voz del Cañaguate*, y todos los sábados emitían su programa. Primero fue en español y después lo hacían bilingüe.

Luego, señala las dos experiencias comunicativas de los kankuamos: *Tayrona Estéreo* y TV *Kankuama*, que, a su juicio, constituyen experiencias interesantes.

Amado Villafaña, motor principal del Colectivo Zhigoneshi, junto con el cabildo gobernador arhuaco Rogelio Mejía, cuenta que fue el mamo José de Jesús Izquierdo quien, a finales de 2002, a raíz de unos sucesos que se desencadenaron en la cuenca del Guatapurí por enfrentamientos entre la guerrilla y el Ejército, le dijo: “Tenemos que comenzar a transmitir el pensamiento de nosotros porque, ¿qué vamos a hacer con esta gente? No nos podemos armar para defendernos porque los principios están en contra de eso. Lo que hay es que comenzar a transmitir hacia afuera lo que está pasando”.

Entonces, –continúa Amado– por la relación que él tenía de tiempo atrás con Valledupar, donde había visto películas y libros sobre la Sierra, se dio cuenta de

que “el medio más directo para llegar a la gente es un documental, una película o un libro de imágenes con textos”. De allí parte la historia del actual Centro de Comunicaciones Zhigoneshi.

Yo llego a la Organización Gonawindúa Tayrona en el año 2003.¹² Para entonces ya existían antecedentes de un proyecto con cooperación internacional¹³ en el que trabajaron una revista con el nombre de Zhigoneshi. [...] Empecé a buscar la forma de conseguir apoyo para mi idea, y, poco a poco, fui conociendo gente, entre ellos, a Stephen Ferry,¹⁴ y le conté la idea. Más tarde hicimos un convenio ya formal, y con Rogelio Mejía, que era el cabildo gobernador encargado arhuaco, dialogamos para tomar las fotografías y ayudar a gestionar recursos para el centro de comunicaciones de la organización. Stephen Ferry presenta un proyecto a la Embajada de Estados Unidos, que se aprueba con treinta mil dólares, y con eso se compran las primeras cámaras y se conforma un equipo de comunicaciones integrado por indígenas de los pueblos kogui, wiwa y arhuaco. Eso fue a finales de 2003 y principios de 2004. Así fue como yo conseguí mi primera cámara de fotografía. En esos años hicimos una capacitación por fases de fotografía y video. No teníamos formaciones específicas, siempre manejábamos ambas cosas.

Después conocí a Pablo Mora¹⁵ en Cartagena, como en el 2005, a través de Lavinia Fiori, que fue quien me editó Río del entendimiento. Ella me llama y me dice que hay un documentalista acá y que le gustaría que lo conociera. Entonces, fuimos con Rogelio a Cartagena y ahí comenzamos a tejer una relación con Pablo. Él tenía unos contactos en la Fundación Avina, y logramos que nos apoyaran, así fuimos armando el equipo humano, y a través de Pablo conseguimos que el centro Matrix de la Javeriana nos hiciera una capacitación de quince días en dos etapas. Entonces, ahí sí definimos qué era lo que a cada uno le gustaba más hacer, y de ahí salió el sonidista, el camarógrafo y el director.

Pablo Mora lo relata así:

Conocí a Amado a finales de 2006 [...] Visité la Casa Indígena, y pude darme cuenta de que había una infraestructura de producción de video en regular estado, producto de un viejo proyecto con la Embajada de los Estados Unidos. Me enteré de que un grupo de indígenas había tomado unos talleres y que los equipos estaban en manos de Amado y Danilo Villafaña, pero el grupo estaba disperso y no había un centro de comunicación como tal.

Inicié, entonces, la búsqueda de un apoyo a través de la Fundación Avina, de la cual era socio, formulamos una estrategia de comunicación con el propósito de comprometer a las autoridades de la organización y me convertí en asesor de la OGT, para fortalecer un centro de comunicaciones.

Esta estrategia de comunicaciones, a la cual se refiere Mora, se definió a partir de dos talleres en los que se hizo un análisis de públicos, se identificaron mensajes para cada público, se estableció un equipo y se elaboró un plan de trabajo para realizar productos y acciones comunicativas concretas. La Fundación Avina destinó recursos, y con el apoyo de la Unión Europea crearon formalmente el Centro de Comunicación Zhigoneshi, que fue avalado por la Junta Directiva, asesores internos y directores de proyectos de la OGT en un “Encuentro-Taller de Sensibilización de la Estrategia de Comunicación”, realizado en julio de 2007. Allí se buscaba la inclusión del Centro Zhigoneshi en el estatuto orgánico de la OGT y elevar a política institucional las acciones de comunicación indígena que, hasta entonces, anota Pablo Mora, eran “históricamente dispersas, de bajo impacto y personales”.¹⁶

Algunos de los indígenas que habían tomado talleres en la época de Ferry volvieron y se integró un grupo conformado por dos koguis, dos wiwas y tres arhuacos. Los recursos permitieron acondicionar una oficina, reponer cámaras (de Sony pd 100 pasaron a pd 170), y comprar una estación iMac de posproducción, entre otros implementos necesarios para la producción. Después vino el segundo proceso de capacitación y la nueva producción audiovisual.

Adicionalmente, y siguiendo su estrategia de alcanzar diversos públicos mediante múltiples lenguajes, el CCZ realizó en el 2006 una exposición temporal en la sede del Museo Etnográfico de la Universidad del Magdalena, con fotografías tomadas por indígenas de la OGT, y con la intención de comunicar visualmente la visión ancestral recogida en el documento del CTC.

Más allá de esta actividad y de la producción audiovisual, que de por sí justificarían el análisis detenido de esta experiencia de comunicación indígena, son los procesos que esta conlleva los que nos hemos propuesto estudiar, que presentamos en este documento; en especial, cómo se opera en este grupo el proceso de apropiación de un lenguaje eminentemente occidental y moderno como es el audiovisual.

■ 3. Estudio de la experiencia

El primer contacto con el Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi se hizo, como en casi todos los casos, por vía telefónica, a comienzos de 2010. En esa ocasión llamamos a Amado Villafaña para informarle sobre los alcances de esta investigación y la necesidad de que el grupo completara la ficha básica de información sobre la serie Palabras mayores, la cual fue diligenciada y enviada a los investigadores. Posteriormente, al seleccionar al Colectivo Zhigoneshi como una de las experiencias audiovisuales exitosas de la región Caribe, de acuerdo con criterios previamente establecidos, enviamos a Amado Villafaña y a Pablo

Mora un segundo instrumento de recolección de información (que llamamos la encuesta) y que nos permitió conocer detalles sobre su composición, objetivos, actividades, proyectos desarrollados, estrategias y expectativas, entre otros. Evaluados estos nuevos elementos y habiendo visto la totalidad de la serie Palabras mayores, se escogió el CCZ como uno de los seis casos de estudio de la región Caribe.

La comunicación telefónica, el correo electrónico y la revisión de fuentes secundarias, más las visitas de campo realizadas a las oficinas de Zhigoneshi en Santa Marta el 7 de abril y el 10, 11 y 12 de noviembre de 2010, permitieron establecer con esta experiencia una relación fluida, amable y colaboradora, en la que primó el cumplimiento de los compromisos y las agendas previstas. Las citas acordadas para las entrevistas y el desarrollo de las mismas se llevaron a cabo casi en su totalidad y sin traumatismos. Contamos con el tiempo necesario para entrevistar a varios miembros del colectivo, quienes se mostraron interesados en informarnos sobre sus experiencias, así como a personas cercanas a la Organización Gonawindúa Tayrona y al Consejo Territorial de Cabildos. En el caso de Pablo Mora, quien participa como co-director, guionista y editor de varios trabajos, además de asesor de la OGT, fue necesario hacer el contacto solo por teléfono y correo electrónico, puesto que reside en Bogotá y las agendas no lograron coincidir en Santa Marta.

Todas las entrevistas se realizaron con grabadora (en el caso de Amado Villafaña también con cámara de video) y con una guía de inquietudes orientadas a ahondar en la memoria y la experiencia del Colectivo.

3.1. Perfil de los entrevistados

- 1 **Amado Villafaña.** 54 años. Miembro fundador del Centro de Comunicación Indígena Zhigoneshi. Fotógrafo, realizador y gestor cultural. Pertenece a la etnia arhuaca.
- 2 **Rafael Roberto Mojica.** 29 años. Camarógrafo, miembro activo desde 2004. Pertenece a la etnia wiwa.
- 3 **Benjamín Gutiérrez.** 20 años. Sonidista, miembro activo desde 2008. Pertenece a la etnia arhuaca.
- 4 **Arregocés Coronado Zarabata.** Documentalista y fotógrafo. Estudiante tallerista durante 2003, miembro activo del Colectivo entre 2004 y 2007. Pertenece a la etnia kogui.

- 5 **Rogelio Mejía.** Cabildo gobernador arhuaco. Miembro de la OGT y uno de los principales impulsores del Colectivo Zhigoneshi al interior de esta organización.
- 6 **Benjamín Ortiz.** 30 años. Comunicador social. Trabajó con el proyecto *Ricerca Coperazione* en procesos de capacitación de los indígenas en comunicación y elaboración de cartillas.
- 7 **Pablo Mora Calderón.** 50 años. Antropólogo y documentalista bogotano. Asesor de comunicaciones de la Organización Gonawindúa Tayrona, socio de la Fundación Avina-Colombia. Productor y editor de la serie *Palabras Mayores* y del documental *Nabusímake. Memorias de una independencia*.
- 8 **Julio Marino Barragán.** 51 años. Antropólogo nacido en Santa Marta. Asesor de la Organización Gonawindúa Tayrona hasta el año 2008 y, actualmente, del Consejo Territorial de Cabildos. Desde 2010 se desempeña como asesor para asuntos étnicos del Programa de Desarrollo y Paz del Cesar.

En este aparte presentaremos los resultados del estudio de caso Zhigoneshi, organizado de acuerdo con las categorías establecidas para estos estudios.

3.2. Modalidad predominante e intencionalidad de la producción audiovisual

86

La actividad principal del Centro de Comunicación Indígena Zhigoneshi, desde su constitución como tal en 2007, es la producción audiovisual, en segundo lugar, la publicación de la revista *Zhigoneshi*, tarea que el centro asume para darle continuidad a un medio de comunicación del cual ya habían salido ocho números. Adicionalmente, el colectivo produjo una exposición de fotografías en inglés, francés y español llamada “Visión Ancestral”,¹⁷ y otra titulada “Cordón Ambiental”, con fotografías de Amado Villafaña, en su mayoría, de Danilo Villafaña y de Rafael Mojica.

La producción audiovisual del colectivo está representada en los siguientes materiales:

-Título: *El río del entendimiento*.

Director: Amado Villafaña.

Género: Documental.

Duración: 17 minutos.

Año de realización: 2004.

- Título: *Guardianes del Agua*.
 Género: Crónica.
 Duración: 18 minutos.
 Año de realización: 2007.
- Título: *Deterioro Ambiental*.
 Género: Documental.
 Duración: 5 minutos.
 Año de realización: 2007.
- Título: *Palabras de Mamos*.
 Género: Documental.
 Duración: 20 minutos.
 Año de realización: 2007.
- Título: *Palabras Mayores*.
 Director: Amado Villafaña.
 Género: Documental, serie de diez capítulos.
 Duración: 7 minutos cada uno, con versión compilada de 60 minutos.
 Año de realización: 2009.
- Título: *La represa del río Ranchería. La perspectiva indígena de la Sierra Nevada de Santa Marta*.
 Director: Stephen Ferry.
 Género: Documental.
 Duración: 8:33
 Año de realización: 2009.
- Título: *Nabusímake, memoria de una independencia*.
 Director: Amado Villafaña.
 Género: Documental.
 Duración: 38 minutos.
 Año de realización: 2010.
- Título: *Resistencia en la línea negra*.
 Director: Amado Villafaña.
 Género: Documental.
 Duración: 120 minutos, con versión de 90 minutos.
 Año de realización: 2011.

En cuanto a la motivación que anima al colectivo, Villafaña señala la necesidad de construir la vocería propia, pero siempre bajo el concepto de la propiedad colectiva:

Este trabajo lo hacemos por la necesidad que tenemos de ser voceros de lo que se quiere transmitir sobre nosotros mismos, que realmente podamos trabajar por la protección de lo que nosotros consideramos propiedad colectiva, como la imagen de la gente, el vestido, la mochila, el pensamiento. [...]. Queremos que la propiedad de todo lo que salga hacia afuera de la Sierra sea de los pueblos indígenas de la Sierra. No como ha venido sucediendo hasta ahora, que eso es propiedad del que

tomó la foto, del que escribió. [...]. Donde, además, se pierde mucha esencia porque las traducciones no son las adecuadas.

3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia estudiada

La situación, como veíamos en el aparte anterior, es que existe la necesidad manifiesta de los pueblos de la Sierra Nevada de Santa Marta de restablecer o crear nuevos canales de comunicación en diferentes niveles: hacia dentro de las comunidades y entre sus respectivas autoridades; hacia los hermanos menores, para hacerles comprender la importancia de la Sierra como corazón del mundo; y ante las autoridades regionales y el Gobierno Nacional para llevar con una voz unificada las demandas de los pueblos indígenas y participar en decisiones que afecten el territorio ancestral.

Adicionalmente, y a partir del interés que suscitaron los primeros trabajos para la televisión y la prensa extranjera, los hermanos mayores de la Sierra Nevada no se sienten representados por las versiones que de ellos han dado los medios masivos de comunicación. Es entonces cuando comienza a conformarse un equipo de producción indígena capaz de concebir, producir y distribuir los mensajes que la colectividad ha decidido transmitir al mundo.

Para dimensionar esa transición operada en los pueblos indígenas de la Sierra, que les permite pasar del aislamiento y de recelos ancestrales a la apertura al mundo con un lenguaje occidental como el de las imágenes, retomemos la siguiente observación de Pablo Mora:

88

Hasta hace poco en el mundo de los pueblos indígenas de la Sierra Nevada las tecnologías mediáticas, con sus formas de narración textual y audiovisual, eran impensables y prohibidas; no solo no hacían parte de sus arreglos culturales, siempre dispuestos a la comunicación oral, sino que eran evitadas celosamente como un mecanismo de defensa frente a las artimañas del mundo occidental, que desde hace siglos viene amenazando su integridad cultural. Las fotografías de paisaje, por ejemplo, tomadas por corresponsales extranjeros o por los poquísimos indígenas que hoy tienen cámaras, todavía concitan entre los más viejos *mamos* o autoridades tradicionales un sentimiento compartido de vergüenza y rabia. “Es como publicar impudicamente el cuerpo desnudo de la madre. Y la Sierra es nuestra madre”, dicen ellos¹⁸.

En este contexto de adaptación cultural y política adquieren sentido los esfuerzos de comunicación de la Organización Gonawindúa Tayrona y del Centro de Comunicación Indígena Zhigoneshi, es decir, en el contexto de un cuerpo social cuyos intereses trascienden su propio bienestar para abarcar el de toda la

humanidad, de acuerdo con su sistema de creencias. Conocer las situaciones y factores que detonan esa transformación en el mundo indígena frente al uso de los medios audiovisuales es uno de los propósitos centrales de este estudio.

El CCZ apunta entonces a narrar desde adentro de la cultura, a construir desde allí un discurso propio, una estética y una narrativa, aplicables a producciones audiovisuales, medios impresos, radiales o electrónicos, como la página web. Pero, sobre todo, apunta a refundar el imaginario de la Sierra Nevada y de sus pueblos ancestrales mediante una forma de auto representación no exenta, sin embargo, de modelos y referencias occidentales.

Dice Amado Villafaña:

Al inicio, se buscaba una manera de parar al civil¹⁹ con sus mismas herramientas: buscando abogados, artículos, leyes. [...]. Pero, poco a poco, nos dimos cuenta de que, como esa es una herramienta de ellos, es difícil ganarles por ese lado. Los mamos antes nunca le soltaban el conocimiento a la gente que no estuviera aprendiendo para ser mamo. Y que lo escribieran, menos. Que lo grabaran, tampoco. Con el tiempo, los que ayudaban a las organizaciones indígenas dijeron: “Tienen que plasmar la visión que ustedes tienen; decir por qué no permiten que su territorio esté en manos de otro, por qué no permiten la represa de un río o la destrucción de un sitio sagrado”. Ahí es donde entra a divulgarse a través de grabadoras y documentos la visión de manejo del territorio, la visión ancestral de los mamos.

Es interesante ver cómo Amado reconoce a personas externas, “los que ayudaban a las organizaciones”, la iniciativa de buscar formas de comunicar su pensamiento al resto de la sociedad. Era difícil que la propuesta partiera de adentro, desde un sistema basado en la palabra y desde una historia de desconfianza hacia las intrusiones del hermano menor en el territorio. Pero fueron más fuertes las presiones del contexto, con su carga de conflicto, y la decisión de romper la hegemonía de la representación que siempre habían ostentado quienes poseían los medios y el conocimiento de los mismos.

Continúa Villafaña:

Son pasitos que se van dando: primero fue el español hablado, después se escribe lo que los mamos van diciendo y ahora llegó la cuestión de las imágenes, de la fotografía y el video. Todavía no están muy convencidos, más bien piensan que esto obedece como a un *hobbie* de alguien, pero yo sí estoy totalmente convencido de que el documento escrito ya pasó a un segundo plano. Las denuncias que se puedan hacer o el reconocimiento que se pueda pedir serán más directos con las imágenes y las voces. Nos hemos dado cuenta de que eso impacta mucho.

Pero no solo se asume el derecho a la auto representación como indígena de la Sierra, sino que se llega al punto de respetarle el mismo derecho a cada una de

las comunidades que conforman esa colectividad; como se desprende de esta respuesta de Amado Villafaña:

Todavía falta mucho, pero la idea es que haya un control, porque cuando alguien nos representa, ¿de qué manera lo hace?, ¿quién lo escogió? Yo no podría irme a representar a los indígenas del Amazonas. Por la misma razón, creo que cada uno de los pueblos debe tener su director, para representarse a sí mismo. Yo no aceptaría que un kogui viniera al territorio arhuaco y comenzara a organizar, entonces yo también respeto mucho a los koguis y wiwas. De ahí es que sale que cada director organiza, habla con los mamos, lleva la entrevista y tiene la responsabilidad de la traducción.

La utilidad del trabajo para la organización indígena se aprecia también en el siguiente relato de Arregocés Coronado, quien cuenta que las grabaciones se entregaban editadas para archivo y uso de la organización:

Trabajé con Zhigoneshi entre 2004 y 2007, acompañando en la filmación de procesos, como cuando se reunían los mamos, reuniones sobre medio ambiente, o cuando se estaba documentando el tema de la construcción de la represa en relación con los sitios sagrados, para aguantar ese proyecto.

La organización utiliza nuestro trabajo para llevarlo a la gente, en todas las reuniones; entonces nosotros filmamos y tomamos fotos como evidencias de lo que está pasando. [...]. Esto hace tan importante la idea de Zhigoneshi de que tengamos nuestros medios de comunicación, para que sean los indígenas mismos los que trabajen en la organización, en la parte de audiovisuales.

Benjamín Gutiérrez, sonidista, narra de esta forma su experiencia:

Una vez, del Cabildo Gobernador nos mandaron para el Cesar, porque unos mamos estaban poniendo una demanda, sobre cómo era el atropello del Ejército, que iba guaqueando los lugares sagrados, sacando el oro y el cuarzo. Allí se refleja cómo ellos ven la necesidad [de que nosotros grabemos] el atropello que está cometiendo el Estado, que nosotros vayamos allá y filmemos, para ellos poder mostrarlo posteriormente. Y eso es lo que se está haciendo en el documental que estamos trabajando en estos momentos.

Villafaña, por su parte, pone el asunto en la perspectiva de la memoria cuando dice:

Nosotros escuchamos muchísimo de líderes y mamos importantes la historia, pero no tenemos imágenes. Entonces, ya teniendo un archivo eso va a quedar para las generaciones que vienen. De aquí a cincuenta años yo estaré en los últimos huesitos en la tierra y la gente sabrá quién era Amado, y así se puede hacer con muchísima gente importante. La producción del colectivo es valiosa para comunicarse con el hermanito

menor, pero también como un archivo, una memoria para la comunidad.

3.4. Estrategias del colectivo para dar respuesta a esa situación

A partir de la información recolectada se pueden identificar varias estrategias empleadas por Zhigoneshi para dar respuesta a las necesidades planteadas. Estas son:

En lo organizativo

Las diferentes etapas por las que había pasado el trabajo de comunicación en la OGT y la discontinuidad debida a la falta de recursos llevaron, como hemos visto, a un proceso de reorganización en el que juegan un papel fundamental la proyección del grupo como un centro de comunicaciones, articulado a lo organizativo, y la capacitación para la producción audiovisual.

Para lo primero, y solo a partir de la vinculación de la Fundación Avina al proyecto, se hacen esfuerzos por posicionar el tema de la comunicación en la dirigencia de la organización, hasta lograr que los líderes indígenas reconozcan las comunicaciones "como un área orgánica y estratégica, al lado de otras prioritarias como salud, educación y tierras. También han permitido mejorar la infraestructura técnica y de producción audiovisual de Zhigoneshi y la cualificación de videastas, fotógrafos y periodistas indígenas, quienes se han lanzado a ambiciosos proyectos..."²⁰

Parte de ese trabajo en lo organizativo fue el análisis que realizaron acerca de los públicos, las percepciones sobre los pueblos indígenas de la Sierra, y el valor estratégico de cada público para los pueblos indígenas, entre otros.

También se priorizaron acciones y productos comunicativos, tales como la estructuración de la oficina de comunicación, la estrategia de comunicación interna de la OGT, el fortalecimiento de la página web, la influencia en la agenda de los candidatos a elecciones locales de ese momento (2007), la organización de un foro para identificar alianzas estratégicas con ONG, el apoyo a reuniones internas de los pueblos indígenas y la exposición de fotografías.

Frente al tema de la formación, y a juzgar por los testimonios, la conformación de un equipo de trabajo capacitado fue un proceso lento, en el que se parte de una idea clara, y es que la estrategia principal tiene que estar basada en la imagen. En primer lugar hay una conciencia, de su director, inicialmente, y luego, de la organización, sobre la necesidad de conocer y dominar el manejo de unos equipos y unas tecnologías de producción y posproducción audiovisual, además de los otros procesos que implica la producción de contenidos propios:

redacción, diagramación y puesta en circulación de los trabajos. Veamos cómo vivieron los miembros del colectivo ese aprendizaje.

Amado Villafaña recuerda:

Yo duré como dos años manejando la cámara de fotografía y video, pero sin ninguna capacitación seria. Me dieron una inducción cuando me entregaron la cámara y ya. No recuerdo quién me la dio, pero fue alguien de Ecobíos. Y Stephen Ferry, que siempre estaba dándome nociones de fotografía.

Mis primeras fotos eran interesantes, pero estaban muy movidas. Poco a poco me fui dando cuenta de lo difícil que era, y luego, con el apoyo de la embajada de los Estados Unidos, nos aprobaron un proyecto para la compra de cámaras y unas capacitaciones, pero el gringo que nos daba el curso no hablaba bien español, entonces cuando no sabía cómo responder algo decía: "No te preocupes, eso no es importante". Era cámara, fotografía y edición, todo al mismo tiempo, pero era un despelote porque todo el mundo hacía y deshacía, pero, a la larga, nadie manejaba una cosa bien.

Rafael Roberto Mojica también participó en esos primeros talleres:

Antes yo había tenido una camarita pequeña, pero aquí ya eran unas cámaras fotográficas y de video profesionales y unos computadores. Complicadísimo, pues al tener todos los equipos uno cree que vamos a salir sabiendo bastante, pero no fue así. El profesor era un gringo que no hablaba bien el español y no le entendimos mucho. En fin, lo que aprendimos fue algo muy básico. Yo pensé que eso era todo, que ya íbamos a empezar, pero ahí nos quedamos. Yo llegué a sacar la cámara como unas dos o tres veces para la Sierra. Me retiré. Ese mismo año todo el equipo se desintegró porque no había recursos

Años después de esa experiencia, algo frustrante, y en el marco del convenio con Avina, el equipo básico de Zhigoneshi llega a la *Sala Matrix*²¹ de la Facultad de Comunicación de la Universidad Javeriana, que es un avanzado laboratorio de periodismo y comunicación dotado con equipos de producción y posproducción para radio, tv, y multimedia. Allí recibe dos talleres de quince días, que le permitieron capacitarse en escritura periodística, escritura de guión documental, archivo fotográfico y páginas web. De este taller el grupo salió preparado para abordar la producción de la serie *Palabras mayores*, y para editar los dos siguientes números de la revista *Zhigoneshi*. Veamos cómo vivió este proceso Rafael Mojica, camarógrafo del equipo:

En este taller no nos enseñaban casi el manejo de cámaras, se orientaba más hacia los computadores y el problema escrito: cómo era escribir un libreto, lo que era prensa escrita, cómo preparar un guión. Allí uno se empieza a darse cuenta de que no era como uno tenía en mente, al salir teníamos claras otras cosas. Además, como estábamos pensando hacer

la revista *Zhigoneshi*, la idea era escribir nosotros también. Allí aprendí a hacer artículos y noticias, pero sabiendo que lo que más me gusta ahora es estar en la cámara.

Alguna vez salimos con el profesor a hacer algo de tres o cinco minutos sobre el Salto del Tequendama. Pero no queríamos hacer eso porque no era nuestro estilo, nosotros queríamos hacer algo diferente, no lo que hacen los hermanitos menores, que era con una cámara, hacer la noticia y presentarla. Lo de nosotros era más hacer documentales, hacer cortos. Igual, bueno, era necesario aprender las reglas y las normas que hay afuera para luego poderlas adaptar y no seguir el mismo ritmo, sino con un estilo que es propio. [...]. Pensábamos en la mejor forma de hacerle entender al hermanito menor las cosas.

Arregocés Coronado anota algo sobre otro aspecto no menos importante:

Nos asesoraron sobre el cuidado de los equipos, ya que a veces los cargábamos como si fueran nuestros poporos. Nos enseñaron que teníamos que tener ciertos cuidados por ser delicados, y que teníamos que llevar un inventario de lo que había en la oficina de audiovisuales.

Testigo de excepción de ese encuentro de Amado y los jóvenes indígenas con las tecnologías de punta de la Sala Matrix fue Pablo Mora, quien interpreta de esta forma lo que sucedió, no solo durante esos talleres en Bogotá, sino en todo el proceso de apropiación de las imágenes por parte de los hermanos mayores:

Lo verdaderamente sorprendente, que quizás explique en parte la actitud imperturbable que adoptaron los indígenas frente a las tecnologías de punta de la Matrix, es la constatación de un *dejà vu* que ha incorporado míticamente los artefactos de la comunicación occidental a su pensamiento tradicional. La revelación me la hizo Saúl Gil, hijo de un reconocido mamo wiwa; la secundó el joven kogui Silvestre Gil Zarabata, y la constaté al lado de las autoridades tradicionales en Domingueka.

Ahora que ellos están empeñados en dominar o “domesticar” esos lenguajes (como antes lo hicieron con la escritura y las matemáticas) se han enterado de la existencia de un sitio sagrado en plena Sierra Nevada de Santa Marta (una gran piedra o montaña negra de ubicación secreta), donde está el dueño o padre de las imágenes y de sus tecnologías generadoras. Siempre ha estado allí y domina todas las cosas del mundo que brillan, como los espejos, los televisores y las cámaras. Saúl y Silvestre están tranquilos ahora porque saben que ya no está mal utilizar esos aparatos de blancos. No están violando la Ley de Origen. Los mamos han retribuido con alimento espiritual a ese padre (*Nungá*, en kogui), quien ha dado el permiso²².

Al respecto, veamos un aparte de la entrevista con el director arhuaco:

¿Qué es el dios de las imágenes?

Lo que pasa es que los mamos dicen que cuando se dio la creación, todo se dio en la Sierra: los padres, los espíritus, todo lo que inventó el hombre blanco, todo está en la Sierra; el dios de las imágenes también está, entonces a él hay que pagarle, como decía Pablo.

¿Y dónde está ese dios?

Los dioses están en las puertas²³, en los sitios sagrados. Siempre hablamos de sitios sagrados y hay relación unos con otros, entonces están por todas partes.

Propiedad colectiva de las imágenes

Alguien ha publicado en una página web, sin consentimiento, algunas de las fotos que hacen parte de la exposición Visión Ancestral. Al ver las imágenes en el computador de su oficina, Amado Villafaña piensa de inmediato en buscar un abogado para demandar, porque “ya es hora de ponerle orden a esas cosas”. Las comunidades indígenas están librando una dura batalla por el control de sus imágenes, y en el caso de Zhigoneshi han logrado una importante conquista (acorde a la tradición de los pueblos de la Sierra) en el tema de la propiedad intelectual de sus obras. Veamos cómo lo relata su principal artífice, Amado Villafaña:

Palabras mayores fue un ejercicio interesante porque una de las cosas que yo veía es que la gente llega, hace el documental y ya es propiedad del autor. Yo nunca estuve de acuerdo con eso. Aquí siempre hablamos de una colectividad. El conocimiento que manejan los mamos no es de ellos, sino del pueblo. Todos los testimonios que hace un mamo son de propiedad colectiva. El gorro, la mochila, el vestido lo manejamos de tal manera que es un diseño hecho no por el hombre, sino por nuestro creador, y cada elemento tiene una historia, y también debe ser de propiedad colectiva.

Todo ello tenía sentido desde su punto de vista, sin embargo, ¿cómo llevar eso a una producción audiovisual co-producida con el canal regional Telecaribe, que es un ente público?

Hubo dos acercamientos con Telecaribe. En el primero no nos pudimos entender, y entonces yo dejé las cosas quietas. En el segundo, las condiciones fueron claras: Telecaribe pone unos recursos, pero el único derecho que va a tener es de emitirlo primero y distribuirlo a los canales regionales e Institucional, mas no a los privados.

Cuando emitieron el último capítulo de *Palabras mayores* volvimos a Barranquilla a hablar con Édgar Rey, solicitando el derecho absoluto para la OGT de *Palabras mayores*. Él dice que tiene que consultarlo con la oficina jurídica para ver si no se mete en líos, y a los ocho días lo firmó,

nos lo envió, y hasta ahí llegó el documento de Palabras mayores, que es de propiedad colectiva del pueblo indígena de la Sierra. Entonces, es como poco a poco uno entra a tejer una estrategia de protección al conocimiento y al patrimonio.

Con el Ministerio de Cultura se logró un acuerdo similar para el documental *Nabusímake. Memorias de una independencia*. El ministerio puede difundirlo en los canales públicos, pero no cederlo ni venderlo a los canales privados porque los derechos son del colectivo. Para efectos del registro ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor, los titulares son Amado Villafaña y Pablo Mora, como productor de la obra, pero “tenemos bien claro que nosotros no somos los dueños de eso, es como conviene a los requisitos”, dice Amado.

La autonomía que les otorga ese derecho les permite ahora distribuir la serie y los demás productos más allá del ámbito regional, como veremos más adelante.

Divulgación y circulación de los productos

Todo el esfuerzo desarrollado por el CCZ y más allá de este, por los pueblos indígenas de la Sierra desde tiempo atrás, si se ve a Zhigoneshi como producto de un acumulado histórico, no tendría sentido si esos productos no logran tener una circulación acorde con la misión que se les ha encomendado. Veamos entonces el itinerario que hasta el momento presentan los principales productos de Zhigoneshi en salas, encuentros, festivales y diferentes eventos académicos en Colombia y el exterior, es decir, fuera de la comunidad indígena, como lo pidió aquel día de 2002 el mamo arhuaco a Amado Villafaña.

95

- La serie *Palabras mayores* fue comprada por la empresa de distribución y exhibición Cinemark, que ha empezado a proyectar en sus salas de cine de todo el país los primeros capítulos.
- También fue comprada para hacer parte de la colección permanente de la biblioteca Luis Ángel Arango y del Museo del Oro.
- Una versión de *Palabras mayores* en un solo documental de 48 minutos ha sido proyectada en distintos eventos y festivales nacionales e internacionales, tales como:
 - Daupará, primera muestra de cine y video indígena en Colombia, Bogotá, 2009.
 - Presentación en París (2009) en distintos eventos coordinados por *El perro que ladra* (asociación para la creación, producción y difusión de cine latinoamericano).
 - MID, Muestra Internacional de Cine y Video Documental, Alados, Bogotá, 2010.

- Daupará, Segunda muestra de cine y video indígena en Colombia, Popayán, 2010.
- Presentación en la Universidad de Columbia, Nueva York, durante un evento sobre indigenidad en las Américas, 2010.
- Dos capítulos de la serie fueron escogidos para el prestigioso Festival de Pueblos Nativos Americanos, del Smithsonian Institute, realizado en marzo de 2011 en Nueva York
- El nuevo documental *Nabusímake. Memorias de una independencia* ha sido emitido por el Canal Institucional, y acaba de comprarlo Señal Colombia para ser difundido tres veces en dos años.
- *Nabusímake. Memorias de una independencia*, fue estrenada en Bilbao, España, en abril de 2010, presentada en Bogotá por el Ministerio de Cultura en septiembre del mismo año, y proyectada en el marco de la V Cátedra de Historia Ernesto Restrepo Tirado del Museo Nacional de Colombia en septiembre de 2010. Está prevista su circulación en festivales nacionales e internacionales en 2011 y en canales públicos.

Adicionalmente, vale la pena mirar algunos de los registros que ha logrado *Palabras mayores* en los dos años que lleva “al aire”, y otros productos de este colectivo, en diversos medios nacionales y espacios virtuales.

-*Palabras Mayores llega a Telecaribe*. Noticia publicada en el portal del canal regional Telecaribe el 27 de marzo de 2009:

96

<http://www2.telecaribe.com.co/2009/03/27/%E2%80%98palabras-mayores%E2%80%99-llega-a-telecaribe/>

-*Palabras Mayores: El pensamiento de los mamos para el mundo*. Artículo aparecido en el portal hemeracomunicar.org, el 3 de abril de 2009:

http://hemeracomunicar.org/actualidad/index.php/actualidad/reportajes/miniga_awa/images/banners/index.php?option=com_content&view=article&id=7540:palabras-mayores-el-pensamiento-de-los-mamos-para-el-mundo&catid=60:cultura&Itemid=115

-*Palabras Mayores o el regaño de los abuelos*, nota aparecida en el sitio agendasamaria.org, el 26 de junio de 2009

<http://agendasamaria.org/asblog/blog5.php/2009/06/26/palabras-mayores-o-el-regano-de-los-abue>

-*Ranchería: de tierra sagrada a megaproyecto*. Reportaje gráfico de S. Ferry en *Semana*, 21 de agosto de 2009:

<http://www.semana.com/multimedia-problemas-sociales/rancheria-tierra-sagrada-megaproyecto/2341.aspx>

-*Palabras Mayores. Revelaciones desde el corazón del mundo*. Entrada publicada en la página de Facebook de Espaciocomún el 29 de septiembre de 2010:

http://es-la.facebook.com/note.php?note_id=447318973600

-*Palabras Mayores. Revelaciones desde el corazón del mundo*. Entrada en el sitio de La Iniciativa de la Comunicación, en octubre de 2009:

<http://www.comminit.com/es/node/304438>

-Reseña de *Palabras mayores* en la página web del 12º *International Documentary Encounter*, realizado en Bogotá en octubre 25 al 31 de 2010:

<http://www.muestradoc.com/2010/index.php?option=com_k2&view=item&id=26:palabras-mayores&lang=es>.

-*Palabras mayores*. Columna de Deyana Acosta en *El Heraldo*, de Barranquilla, noviembre de 2010:

<http://www.elheraldo.com.co/ELHERALDO/BancoConocimiento/C/colpalabras_mayores/colpalabras_mayores.asp>

-Reseña de *Palabras mayores* en el catálogo del Encuentro Documental de las Televisoras Latinoamericanas DocMontevideo, realizado del 22 al 30 de junio de 2010:

<<http://www.docmontevideo.com/wp-content/uploads/proyectos-meetings-2010.pdf>>.

-Entrada sobre *Palabras mayores* en el blog <comunasur.wordpress.com>, el 28 de septiembre de 2010:

<<http://comunasur.wordpress.com/2010/09/28/miercoles-29-de-sep-docuespacio-palabras-mayores/>>.

-Mención sobre *Palabras mayores* en la entrada *Son de Tambora 246* (URMedia/ NUESTROS Medios 8), “Comunicación, conflicto y convivencia: Narrativas individuales y colectivas”:

<<http://www.comminit.com/en/node/305281>>.

-Mención sobre *Palabras mayores* en la entrada “Seis invitados por Colombia al Salón del Autor Audiovisual” en el portal <www.zonacero.info>:

<http://www.zonacero.info/index.php?option=com_contentid=93:cultura&Itemid=120>.

-Brochure sobre la exposición Tayrona. *Territorio, cultura y cambio climático*, una exposición multimedia producida por Stephen Ferry y el Centro de Comunicaciones Zhigoneshi:

<<http://stephenferry.com/TayronaBrochure.pdf>>.

De *Nabusímake. Memorias de una independencia* encontramos más de veinte registros publicados en diversos medios de Colombia y el exterior desde abril de 2010, cuando el documental fue presentado en Bilbao (España); este tipo de comunicación se hace orientada a los hermanos menores

3.5. La relación con el contexto

En la caracterización que hacíamos del contexto social y político de la SNSM veíamos cómo las situaciones de orden público y las políticas estatales hacia este territorio determinaron, para los pueblos indígenas de la Sierra, la necesidad de comunicarse de manera más consciente y sostenida con el mundo no indígena. En los párrafos que siguen veremos cómo el conflicto armado obliga a Amado Villafaña a abandonar su tierra y trasladarse a Santa Marta con su familia para asumir la responsabilidad de abrir, desde la Organización Gonawindúa Tayrona, un centro de producción audiovisual.

98

Amado Villafaña es el último descendiente del mamo Juan Bautista Villafaña, patriarca arhuaco que tuvo 28 hijos y fue el intérprete de la comisión de indígenas que viajó a pie a Bogotá en 1913 para pedirle al Gobierno que les enviara maestros a la Sierra. Amado pertenece, como decía Julio Marino Barragán, a un linaje de intermediarios, de interlocutores con el mundo de afuera. Por otra parte, el actual director de CCZ fue a la escuela primaria en Valledupar, desde pequeño tuvo acceso al cine y a los medios de comunicación y, siendo muy joven, vio el famoso documental de la BBC sobre la Sierra y conoció el libro sobre los kogui de Raichel Dolmatoff. Por si fuera poco, su esposa es hija de Ángel María Torres, el líder arhuaco que encabezó la rebelión que, a principios de los ochenta, logró la expulsión de los capuchinos del internado de San Sebastián de Rábago, hoy Nabusímake.

Si los hombres que llegaron a su finca aquel mes de agosto de 2002 hubieran conocido la historia de Amado, quizás no habrían hecho lo que hicieron. Después de haber sido desde muy joven un activo miembro de la Confederación Indígena Tayrona (CIT), de la que fue secretario, de haber sido maestro de escuela y de haber ocupado el puesto de Fiscal General de la Confederación por cuatro años, Amado estaba organizado con su esposa e hijos en una finca de la parte media del Guatapurí, donde criaba algunos animales y cultivaba una parcela. El 2 de agosto se supo de un enfrentamiento en la zona entre la guerrilla y los militares. Días después, del hecho llega a su casa una comisión de la guerrilla, y el que

comandaba el grupo le dice: “Mire todo lo que toca hacer por defenderlos a ustedes, entonces necesito que me colabore con un toro [...]”. La respuesta de Amado no se hizo esperar: “No tengo nada que darles a ustedes, esa pelea no es mía, es de ustedes. Y, además, yo pertenezco a la organización indígena. Si tengo que aportar algo aporto a mi organización, no a la de ustedes”.

Los hombres se disgustaron y le anunciaron que bajarían a la finca y matarían una res para llevársela. A partir de entonces, dice el dirigente de la CIT, “arranca su problema con esa gente.” Inventaron que él trabajaba con los militares, luego que con los paramilitares, y no atendieron nunca sus llamados a conversar para aclarar las cosas. Siguieron llevándose el ganado, que no era solo de Amado, sino de su madre y de su esposa.

Fui donde el mamo, como siempre hace uno en estos casos, haciendo un trabajo en la parte tradicional, porque nosotros manejamos mucho que cuando uno ha incumplido la ley de origen, las consecuencias se manifiestan en problemas o enfermedades. Entonces, yo fui a hacer la reparación para ver en qué estaba fallando, y, bueno, cuando bajé [los guerrilleros]²⁴ me habían declarado objetivo militar. Se inventaron que me habían visto en el batallón La Popa y yo estaba era en el páramo, donde el mamo.

Hemos visto ya cómo después de este episodio el mamo José de Jesús Izquierdo le dice a Amado que la única alternativa para defenderse de los intrusos era contarle al país y al resto del mundo lo que estaba pasando.

Rafael Mojica, el camarógrafo del equipo y oriundo del Cesar, también fue desplazado en 2004. De hecho, estaba recién llegado al Magdalena cuando Villafaña lo invitó a vincularse a los talleres que gestionó Ferry.

99

El CCZ ha tenido que vérselas con un contexto conflictivo en varios frentes: con los grupos armados, cuya presencia impide o dificulta la realización de grabaciones; con las fuerzas armadas regulares, que también invaden y destruyen lugares sagrados, y con las políticas estatales que promueven megaproyectos en el territorio de las comunidades indígenas, tales como la represa del río Ranchería. Sobre esta obra, el Colectivo Zhigoneshi realizó un pequeño documental de ocho minutos con el fotógrafo Stephen Ferry, para un proyecto multimedia que fue ganador de la Beca Avina de Periodismo Regional en 2009, en el cual se evidencian las dificultades del equipo de producción para acceder al lugar donde se desarrolla el proyecto, que fue construido sobre un sitio sagrado.

Otro aspecto del contexto, que aparece en la conversación con los indígenas que hacen parte de este proyecto, se relaciona con el estilo ciudadano de vida que en un momento dado tuvieron que adoptar para hacer parte del equipo. Especialmente, para Amado Villafaña, tener como base la ciudad de Santa Marta, viajar frecuentemente a diferentes ciudades, y la necesidad de compartir en determinados momentos las costumbres, vestidos y rutinas de la población “civil”, es

algo que le plantea no pocos conflictos personales y familiares. Sus hijos, por ejemplo, comienzan a dejar la manta por la ropa occidental, y la niña a pedir adornos y maquillajes que no son propios de su cultura, pero, lo que es más grave, la convivencia en la escuela y el barrio con los demás niños y jóvenes los lleva a abandonar cada vez más su lengua para adoptar el español en sus conversaciones cotidianas.

“La ciudad ofrece tantas cosas que hasta uno viejo se descarrila”, dice riendo Amado Villafaña, pero enseguida adopta un tono serio para decir:

El ser indígena es de mucha abstinencia, de mucha disciplina, y acá es más fácil todo: las amistades, las fiestas. [...]. Todo eso va haciendo parte de la vida de ese indígena ciudadano. El cambio es radical. Uno se esfuerza al menos por recordarles cada rato: usted es indígena y no debe olvidarlo, y ser indígena es que hable la lengua y tenga la identidad, no que haga parte del montón. Pero es difícil. Los hijos de los líderes que vivimos en la ciudad ya no van a ser lo que los padres predicaban. Algunos mamos nos lo han dicho: “Ustedes hablan bien bonito, pero, ¿para dónde están encaminando a sus hijos?”- Y es una cosa que se nos sale de las manos.

Más adelante nos detendremos también en las dificultades que le plantean al colectivo de comunicaciones los problemas internos de la organización indígena, como un factor del contexto político regional que afecta de una u otra forma la misión de Zhigoneshi.

3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado.

Son diversas y de distinto alcance las interacciones y alianzas que el CCZ ha desarrollado desde su primera etapa de formación. Recordemos cómo el primer aliado en el camino fue el fotógrafo norteamericano Stephen Ferry, y esa propuesta que Villafaña le hizo al gringo en el año 2004: “Bueno, yo estoy pendiente de hacer una película. Si tú me ayudas, yo te puedo servir de guía”, era la aplicación del concepto zhigoneshi para la realización de la tarea de divulgación que la realidad les estaba imponiendo.

De esa primera alianza salió un completo trabajo multimedia de Stephen Ferry para *National Geographic*, “Los guardianes del mundo”,²⁵ que incluye un video sobre el proceso de aprendizaje de los indígenas (“Aprendiendo a documentar su mundo”) y una pequeña pieza titulada “A través de sus ojos”, en la cual Arregocés Coronado y Silvestre Gil hablan sobre la misión de los pueblos de la Sierra, sus preocupaciones por los daños del hermanito menor, los instrumentos musicales y otros aspectos de su cultura, en una producción que ya entonces aparece respaldada por la Organización Gonawindúa Tayrona.

Luego Rogelio y Amado se acercan a la Fundación Ecobíos, que los dota de una cámara de video. Posteriormente, se logran acuerdos de financiación con la Comunidad Europea para la dotación y montaje del Centro como existe actualmente; con ACIE y el PNUD para la producción de las primeras piezas audiovisuales, y con la Fundación Avina Colombia, con Telecaribe, con la Universidad Javeriana y con Mincultura para los productos más recientes.

Adicionalmente, el Colectivo ha realizado trabajos conjuntos con la Unidad de Parques Nacionales Naturales, a través de la Dirección del Parque Nacional Sierra Nevada de Santa Marta, para producir material impreso sobre el Plan de Manejo Ambiental de la Sierra y la visión ancestral de manejo del territorio.

Veamos en palabras de Villafaña cómo se concibe el proyecto del centro de comunicaciones, y cómo a partir de la idea del documental sobre la Línea Negra, el proyecto más ambicioso emprendido hasta el momento, se derivó la serie *Palabras mayores*:

Rogelio²⁶ siempre tuvo la idea de la creación del Centro de Comunicaciones y del documental, pero como no le conseguíamos plata entonces tocó hacer un projectico pequeño como excusa para poder tener unos recursos para el documental. Así es como llega *Palabras mayores*, que es como una ramita que le sale al documental grande: como no teníamos para hacer los viajes decidimos planear una producción en alianza con Telecaribe y con el recurso que consiguiéramos hacer las dos cosas: ese producto y el documental.²⁷ Fue así cómo escogimos veinte temas, pero la realización costaba alrededor de 100 millones de pesos y Telecaribe solo daba 10 millones. Nos ayudó mucho que había un proyecto grande de la Comunidad Europea que tenía un rubro para comunicaciones, entonces se hizo la vuelta y pudimos comprar más equipos, y actualizar los computadores y las cámaras.

Pero la alianza fundamental, en definitiva, es la de Amado Villafaña y Pablo Mora, que se traduce, como ya sabemos, en la alianza OGT- Fundación Avina, que facilita otras relaciones y acciones que resultan decisivas para el desarrollo de CCZ en cuanto a realización y circulación de productos.

Sobre este encuentro, que resultaría decisivo para Zhigoneshi y para el antropólogo, resulta significativa una anécdota que registra la inversión del lugar de la mirada, patente en el hecho de sacar una cámara de la mochila para preservar la cara de pasmo del hermanito menor. Cuenta Pablo Mora que en su primer encuentro con Villafaña y Rogelio Mejía, antes de despedirse se dispuso a ejecutar “el gesto ritual” de preservar para el recuerdo la imagen de los indígenas con su modesta cámara digital:

“No terminé de obturar mi camarita por segunda vez cuando uno de ellos, con picardía, tomó de su mochila una (hasta ahora secreta) portentosa cámara profesional de 12 megapíxeles con lente intercambiable y disparó una ráfaga de diez tomas, en las que quedé preservado con

cara de pasmo, como trofeo de viaje para ese indígena que no dejaba de sonreírme amablemente. Solo entonces pude intuir que la relación que me habían propuesto los indígenas al principio no solo era viable, sino deseable”.

Algunos de los logros registrados por Mora como producto del trabajo OGT-Avina Colombia durante tres años son los siguientes²⁸:

- Procesos de capacitación en diversos oficios de la comunicación (periodismo, archivística, realización documental y diseño gráfico), intercambios, comunicación interna y realización de productos.
- Convenio con el Programa Nacional de Concertación del Ministerio de Cultura para la financiación parcial de un video sobre visión ancestral con los testimonios de las principales autoridades indígenas tradicionales.
- Ampliación del horizonte de trabajo del CCZ hacia escenarios distintos a la OGT, como el Consejo Territorial de Cabildos y sus organizaciones representativas.
- Sinergia del CCZ con otras áreas de trabajo de la OGT (tierras, salud, educación) y con los proyectos de cooperación internacional suscritos por la OGT.
- Mejoramiento de la capacidad de registro audiovisual de las actividades de la OGT.
- Conciencia de la necesidad de persistir en la búsqueda de oportunidades para el afianzamiento de la estrategia de comunicación con amigos y aliados efectivos o potenciales.
- Reedición del video *Río del entendimiento*, una visión integral del pensamiento indígena y su visión del territorio de la cuenca del río Aracataca (20 minutos, formato MDV. OGT- UAESPNN, Parque SNSM, 2005).
- Realización del video *Guardianes del agua*, crónica de la visita concertada entre OGT, CIT y Parque SNSM a las lagunas sagradas de Mamankana para atender la problemática de la sobrepoblación de truchas y el deterioro de las praderas del páramo (18 minutos, formato MDV. OGT, agosto, 2007).
- Realización del video *Deterioro ambiental*, destinado a un foro público en Santa Marta, convocado por la Procuraduría Nacional (5 minutos, formato MDV. OGT, septiembre de 2007).
- Realización del video *Palabras de mamos*, una estrategia para visibilizar las memorias culturales en la voz de sus autoridades tradicionales más importantes (20 minutos, formato MDV. OGT - Mincultura, septiembre de 2007)
- Guión del largo documental “Resistencia en la Línea Negra”.

- Publicación de un cuadernillo de 52 páginas con los documentos *Visión ancestral indígena para el ordenamiento territorial de la Sierra Nevada de Santa Marta*, *Resumen ejecutivo del Plan de Manejo Básico del Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta*; y *Una alternativa de participación para el desarrollo sostenible de la Sierra Nevada de Santa Marta*. OGT, SNSM y Fundación Prosierra con destino al II Congreso Latinoamericano de Parques Naturales (Bariloche, Argentina, octubre de 2007).

Finalmente, se puede registrar también como producto de una alianza exitosa la realización del documental *Nabusímake. Memorias de una independencia*, que se hizo en 2010 para el Ministerio de Cultura, como parte del proyecto de conmemoración del Bicentenario de la Independencia, para lo cual Mincultura invitó a tres organizaciones indígenas del país a realizar un trabajo audiovisual que reflejara su visión sobre este acontecimiento.

3.7. La relación con el público

En el ejercicio de la estrategia de comunicaciones que CCZ realizó en la OGT en 2007, se identificaron los diferentes públicos externos a los cuales debía apuntar el trabajo del colectivo, priorizando también el tipo de mensaje para cada uno.²⁹ Entre ellos:

- Importancia del agua para actividades en la parte baja de la Sierra, dirigido a los gremios productivos.
- Elementos culturales de los pueblos indígenas de la Sierra, dirigido a la Fuerza Pública.
- Importancia de un pacto de buena vecindad, dirigido a campesinos y otros vecinos.
- Modelo ancestral de ordenamiento territorial indígena, dirigido al Congreso y a entidades públicas.
- Respeto a la autonomía de los pueblos indígenas, dirigido a organizaciones no gubernamentales.

No disponemos de información sobre el desarrollo de estos mensajes y productos y si todos o parte de ellos llegaron a sus destinatarios en los tres años transcurridos desde entonces, pero, por lo que vimos en el aparte sobre divulgación y circulación de los productos, podemos decir que la distancia entre los mensajes de los indígenas de la Sierra y el público receptor se acorta cada vez más.

Ahora bien, en cuanto a la relación con el destinatario interno, el que se encuentra en las organizaciones y en las comunidades del territorio, tenemos testimo-

nios como el de Rafael Mojica, que reflejan con mucha claridad cómo ha sido esa relación del Colectivo Zhigoneshi con su propio público, y cómo para vencer la resistencia inicial de las comunidades de la Sierra tuvieron que hacer —y hacen aún— un trabajo pedagógico sobre el carácter y la finalidad de las imágenes que toman en su entorno:

[Cuando] la comunidad nos ve con cámaras y ve que también somos indígenas, pues ellos preguntan: si ustedes saben que esto es malo, entonces, ¿por qué están robando fotografías, por qué fotografían a un mamo para conseguir salario? Si ustedes conocen **cómo son los reglamentos** y las normas de acá, ¿por qué hacen todo eso? Así que a uno le toca explicarle a la gente para qué es, por qué lo estamos haciendo, y que hoy en día estamos como estamos porque siempre esperamos que la gente de afuera sea quien hable por uno, cuando uno puede hablar por sí mismo.

Amado Villafaña admite que las producciones del Colectivo se han movido poco entre lo que podríamos llamar la “audiencia indígena”, ya que en la mayor parte de la Sierra no hay energía eléctrica y la gente vive distanciada, pero se han aprovechado las reuniones grandes que se hacen en los centros, donde hay luz, para mostrar los trabajos. En cambio, como ya lo anotamos, la serie ha sido vista a través de la televisión nacional y regional así como en diferentes espacios académicos y festivales audiovisuales.

Arregocés Coronado:

104

Cuando yo me fui para la Sierra, después de hacer el curso, me llevé la cámara fotográfica y la gente se puso brava conmigo; pensaban que yo iba a vender las fotos y a coger plata “a costilla de ellos”. Entonces yo trataba de explicarle que era un trabajo de la organización, como parte del taller y para ser usadas por la organización. También cuando filmamos tocaba convencer a la gente de que nuestro trabajo no era para venta. Le explicábamos que hoy en día nuestros hermanos menores no escuchan por el oído, ellos entienden por la vista y decían: “Ah sí, eso es verdad”.

Benjamín Gutiérrez:

La resistencia a la imagen es una mezcla de varias cosas, pero uno les hace entender que uno también vive aquí, entonces cómo vamos a hacer algo que no le traiga beneficio a la comunidad. Eso es hablando, dialogando; mi tío³⁰ se sentó una noche en Nabusímake, cuando estuvimos haciendo las grabaciones de *Palabras mayores*, porque tenía que hablar con los mamos para aclararle a la comunidad por qué quería mostrar unos documentos de Nabusímake. El hijo de un líder se oponía, hasta que logró convencer a la comunidad [...] por dos días estuvimos parados sin hacer nada.

Nosotros tuvimos que conversar mucho, en muchas reuniones, para hacerles entender lo que estábamos haciendo. Ya después de hacer el producto se les muestra a las comunidades, y entonces ven a fulanito hablando de tal cosa y les alegra ver el material, y ellos dan el visto bueno o dicen que está mal y se corrige, y ya uno va encajando más con las comunidades, van cogiendo confianza y el equipo de comunicaciones se va fortaleciendo. Ven el equipo como una rama más en la que se puede apoyar, y allí estamos.

Rafael Mojica relata otro aspecto que tiene relación con esa imagen que se toma y luego se devuelve a la gente, y con las grandes diferencias existentes entre ellos y los hermanos menores en la forma de recibir los relatos audiovisuales:

Nuestra intención en el caso de *Palabras mayores* era presentarlo a la mayor cantidad de personas posible. Se lo hemos presentado a las comunidades de la parte baja de la Sierra, pues allí tienen luz eléctrica y televisor. Hay mamós que lo han visto, por ejemplo, yo lo presenté en mi comunidad y en otras reuniones adonde llegan gentes de diferentes cuencas. El único problema es que como son siete minutos y los mamós cuando comienzan a hablar, hablan bastante. Por ejemplo, si están hablando del calentamiento global, ese es un tema extenso, entonces reducir eso a siete minutos a ellos les parece muy cortico. Uno les explica que si fuera por nosotros, si hablaban una hora, editaríamos una hora y la gente no se va a cansar. Pero en el mundo exterior es donde se cansan, si hacen un documental de sesenta minutos y el contenido no es muy bueno se aburren y pasan a otra cosa. En la comunidad es todo lo contrario; acá si uno hiciera dos horas de edición de un mamó hablando, la gente se sienta a ver entusiasmada y no se va a cansar.

105

Pablo Mora reitera que, en general, las producciones de Zhigoneshi están pensadas para el público no indígena:

No es que no sirvan internamente, pero están pensadas para visibilizar y difundir el pensamiento de las autoridades y las organizaciones indígenas. Ellos siempre han creído que pueden servir para formar opinión pública y para encontrar aliados a sus agendas políticas. De hecho, los cabildos y otros líderes han difundido mano a mano la producción de Zhigoneshi en sus relaciones con instituciones públicas y privadas.

3.8. Factores de éxito y dificultades del Colectivo Zhigoneshi

A. Los factores de éxito

En opinión de su coordinador, son varios los factores a identificar como determinantes del éxito conseguido por Zhigoneshi en su trayectoria como Colectivo de Comunicaciones, entre los cuales figura, en primer lugar, la formación espe-

cífica, que los pone a la altura de cualquier equipo profesional de producción y les confiere calidad técnica y valor estético a sus productos.

Otro factor sería el carácter de colectivo indígena, que se ve como un valor agregado y un elemento que los diferencia y que hace más atractivos sus trabajos a donde quiera que vayan. Aunque es un ingrediente no exento del exotismo que tiñe la mirada occidental sobre los procesos indígenas, en este caso se reconoce como una ventaja, reforzada, además, por la idea de la unidad de los pueblos kogui, wiwa y arhuaco, unidos en un proyecto de comunicación frente al resto de la sociedad colombiana.³¹

En tercer lugar, Villafaña señala el hecho de ser un equipo integrado por miembros de las diferentes etnias, lo cual les permite realizar a ellos mismos el trabajo de traducción, y esto les da más fidelidad y legitimidad a sus contenidos.

Aparte de estos factores, podríamos mencionar la capacidad de gestión de recursos para producción y, sobre todo, la capacidad para hacer alianzas que desde el primer momento resultaron estratégicas: a) con la Organización Gonawindúa Tayrona para conseguir un paraguas institucional desde el cual entablar interlocución con las autoridades tradicionales y con potenciales aliados para la producción audiovisual y la labor comunicativa; b) con el periodista Stephen Ferry para obtener equipos y las primeras nociones de fotografía y producción audiovisual; c) con Avina y la Comunidad Europea para mejorar la dotación de equipos y lograr el montaje del centro, y d) con Pablo Mora para fortalecer organizativa y conceptualmente el centro de comunicaciones, gestionar recursos y alianzas importantes (Universidad Javeriana) y proyectar el centro nacional e internacionalmente.

B. Las dificultades

Uno de los primeros obstáculos que ha tenido que superar Zhigoneshi ha sido la reticencia de las autoridades tradicionales (comisarios, cabildos gobernadores y mamos) a divulgar su conocimiento y permitir la publicación de aquellos asuntos que ellos consideran deben permanecer dentro de la comunidad. “Hay unos que todavía no terminan de estar de acuerdo con la divulgación de información hacia afuera”, dice su director, quien señala también que esto ha exigido un fuerte trabajo de persuasión que se ha visto no pocas veces recompensado cuando alguno de los detractores iniciales termina aceptando las bondades de la comunicación para el fin estratégico de los pueblos de la Sierra: el cumplimiento de la Ley de Origen.

Pero la principal dificultad que enfrenta el Colectivo Zhigoneshi es la sostenibilidad: la capacidad para mantener un equipo de trabajo y para darle continuidad a los procesos que inició en áreas como la capacitación, la producción audiovisual, la fotografía y la edición de impresos. Si esta dificultad no se resuelve

satisfactoriamente, el proyecto podría volver a estancarse, como sucedió hace algunos años cuando el grupo se fue desintegrando porque no había dinero para mantener un ritmo de trabajo, y sus miembros tuvieron que dedicarse de nuevo al cultivo y a otras labores productivas en la Sierra. Con la particularidad de que la sostenibilidad de esta experiencia depende de muchos factores que no son precisamente económicos sino de otro orden: lo político, lo organizativo y lo ético juegan también un papel importante.

Uno de los factores de éxito señalados por Villafaña, como es la presencia de las tres etnias en el Colectivo, puede ser también, según Pablo Mora, una dificultad o potencial amenaza para esta experiencia en la medida en que los problemas organizativos y las diferencias de cualquier tipo que se dan entre estos pueblos terminan viéndose reflejadas en la participación de sus miembros. En el momento actual, la OGT es escenario de un conflicto interno entre los sectores koguis y wiwas, y el Centro de Comunicaciones Zhigoneshi, con influencia arhuaca, se encuentra en medio de la disputa.

Rogelio Mejía, en una respuesta políticamente correcta, como corresponde a su condición de cabildo gobernador arhuaco, declaró que Zhigoneshi, antes que verse afectado más bien contribuye desde la comunicación a mantener a la comunidad informada para superar esas dificultades, y que no cree que las dificultades internas de la OGT amenacen la permanencia de los koguis y wiwas en el colectivo ya que allí todos trabajan juntos.

Pero, además de esta situación, que Julio Barragán también considera riesgosa para la estabilidad del colectivo, está el hecho de que en el seno del CTC la labor del colectivo aún no ha sido evaluada.

¿Cómo han evaluado los cabildos el trabajo del Colectivo Zhigoneshi?

Eso no se ha hecho y tenemos que hacerlo, para pensar Zhigoneshi no solo como el caso de Gonawindúa. [...]. En escenarios políticos como el proceso territorial de cabildos, este tipo de cosas tienen que ser plenamente discutidas para que no sigan siendo expresiones de grupos o personas, sino que sea la comunidad en su conjunto la que esté expresándose a través de los canales que se escojan. Yo creo que hacer una evaluación sobre lo que está pasando es demasiado prematuro porque la experiencia es mínima todavía, y no es un consenso de la gente, sino de sectores que tienen unos intereses concretos...

Villafaña no aprueba el hecho de que Barragán se exprese aquí como parte de la comunidad indígena, porque no lo es, y quiso que quedara constancia de su inconformismo. Coincide con él en que la experiencia aún no está consolidada, pero no en que sea una expresión de grupos o personas:

Las organizaciones no son independientes de los mandatos del mamo. Quienes definen realmente por dónde se debe caminar son los mamos, entonces, en el manejo de la comunicación también tienen mucho que

ver ellos. Yo hasta ahora veo que es un tema supremamente nuevo en la organización, a pesar de que ya van ocho años. Pero nosotros manejamos tiempos diferentes; para ustedes ya sería una cuestión bien posicionada y de pronto con responsabilidad en todos los aspectos. Aquí la comunicación todavía no está como la educación y la salud, que ya hacen parte de la organización y son una ramita de la columna de la organización. La comunicación todavía está como por la orillita: '¿Será que sirve o no sirve?'. Pero poco a poco se va posicionando. Con la seguridad de que las cosas las está haciendo uno bien, porque es como dice la dirección de los mamos: peleando por el derecho colectivo.

Ese hecho de ser un proceso incipiente se expresa en la sostenibilidad del centro, que siempre ha estado sostenido por agentes externos, como dice Barragán, quien agrega: "Es lo que uno ve, que eso todavía está en ciernes, que no ha logrado cuajar porque la responsabilidad de que esos productos sigan funcionando es externa".

Actualmente, todo lo que se hace en el CCZ pasa por la concertación y el aval de las directivas de la OGT, aclara Pablo Mora, pero también agrega, de cara a la coyuntura: "El centro tiene una dinámica propia y puede llegar a ser un colectivo independiente, o más cercano a la Confederación Indígena Tayrona (CIT), que también está considerando la posibilidad de constituir un centro de comunicaciones fuerte".

108

Ahora bien, la sostenibilidad, como decíamos, depende también de otros factores, como la cooperación (nacional o internacional) y la venta de los productos. En lo primero el colectivo ha tenido hasta ahora un desempeño favorable; lo segundo es un tema difícil en Zhigoneshi porque implica entrar en la lógica del mercado audiovisual, y el mundo indígena posee valores contrarios a las reglas del mercado. Ya se han logrado acuerdos de venta con distribuidores, canales e instituciones nacionales, como veíamos arriba, pero la cesión de derechos o la necesidad de modificar los productos para ajustarlos a los formatos comerciales son decisiones a las que no es fácil llegar dentro de un centro de producción indígena.

Adicionalmente, está el tema de la actualización de los oficios y las tecnologías, que pone al colectivo ante dilemas tan concretos como inaplazables, como el de invertir en equipos HD o quedarse con el formato digital.

Pero, además, existen dificultades de otro orden, que superan la capacidad de maniobra o de decisión interna, y es, como señala Pablo Mora, que no hay políticas públicas de estímulo y protección a la producción de los grupos étnicos.

"Hay que ver, desde la óptica de los derechos diferenciales, qué podría aportarse. Cómo Telecaribe o los centros de documentación audiovisual podrían ayudar a incentivar y fomentar trabajos desde estas óptica indígenas", dice el asesor de Zhigoneshi.

La parrilla de programación de Telecaribe no tiene una franja para este tipo de productos, y no la tiene porque no existe presupuesto para adquirirlos, los cuales bien pueden contribuir a reforzar la identidad cultural y la integración de la región Caribe. El ejercicio que se hizo con Telecaribe en relación con *Palabras mayores* en términos de producción y cesión de derechos fue excepcional, cuando no debería serlo.

■ 4. Análisis del caso

En el presente análisis nos detendremos en tres aspectos que a nuestro juicio ilustran la importancia del Colectivo Zhigoneshi en el ámbito de la producción audiovisual agenciada por las organizaciones sociales del Caribe colombiano: i) la apropiación del lenguaje audiovisual a través de los procesos de formación; ii) las implicaciones políticas de su producción vistas a través de la interacción Colectivo-Organización; iii) la ruptura de un paradigma de la industria cultural según el cual la propiedad de las imágenes está asociada a la autoría del trabajo audiovisual y al concepto de la producción ejecutiva.³² Es decir, el tema de la propiedad colectiva de las imágenes que Zhigoneshi inaugura y defiende.

Atravesando todo el análisis, encontramos el debate sobre la representación y la auto representación, que es especialmente pertinente a este caso de estudio y tiene en Colombia antecedentes destacados en los proyectos de comunicación indígena del sur del país, donde se dieron los primeros intentos de producción de medios agenciados por comunidades indígenas.³³ El Colectivo Zhigoneshi es la expresión más reciente —aunque no la única— de los esfuerzos de los pueblos indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta por establecer sus propios canales de comunicación con el mundo occidental y narrarse a sí mismos. Esto, como bien lo señala el antropólogo y documentalista vinculado a Zhigoneshi y a otros procesos de realización audiovisual con indígenas, Pablo Mora, “ahonda la crisis de la representación occidental, cuestionando la legitimidad de autores [...] que han hablado por ellos. Ahora, en un hecho político sin precedentes, los nuevos autores indígenas reclaman fidelidad y autonomía, en franca reacción a las formas de representación de estilo exotista, discriminatorio o científico que han hecho sobre ellos”.³⁴

No cabe duda de que la imagen de los indígenas ataviados con sus blancos atuendos tradicionales y portando cámaras, micrófonos, audífonos y demás implementos de la tecnología mediática comienza a calar en la audiencia y a operar, no un simple cambio, sino toda una inversión en la percepción. Lo que tenemos en la anécdota de un Pablo Mora fotografiado por Amado Villafaña es tanto como la imagen del antropólogo fotografiado por el indio. Es decir, tras cinco siglos de imágenes elaboradas desde arriba, desde el poder y desde el saber occidental, de repente el objeto de la postal convierte al otro en objeto de otra postal, al transformar la verticalidad en horizontalidad, en el marco de una

sonrisa que invita a establecer una necesaria y dialógica relación sujeto frente a sujeto.

Contribuir, desde la comunicación, al reconocimiento y a la comprensión del mundo indígena de la Sierra Nevada de Santa Marta entraña el doble propósito de “alfabetizar” en lo audiovisual a los miembros de una colectividad de tradición eminentemente oral, y fortalecer las comunicaciones para promover una vía de diálogo con el mundo no indígena. Desde el punto de vista político, la experiencia hace parte de una táctica para ser más eficaces en los diálogos con el Estado y las organizaciones no gubernamentales. Desde el punto de vista epistemológico, el proceso tiene implicaciones que merecen un estudio más detenido por parte de otras disciplinas.

4.1. La apropiación de un lenguaje

Aproximarnos a esta experiencia permite comprender el momento formativo que hace posible la apropiación de los códigos y soportes tecnológicos del audiovisual por parte de individuos que no tienen una tradición de uso y consumo de medios audiovisuales, así como también su desarrollo y perspectivas a futuro. La experiencia de Zhigoneshi hay que abordarla también con todos los matices que ofrecen el pasado, el presente, el futuro y el compás generacional que se abre entre los fundadores y gestores más antiguos del Colectivo y los jóvenes que recién se acercan al fascinante experimento. Todos ellos ofrecen en sus testimonios la memoria sobre la gestión y el camino recorrido desde la idea hasta un proyecto cultural, comunicacional y audiovisual pensado desde “el sur de la modernidad”.

Las entrevistas con el director, los camarógrafos y el sonidista nos permitieron profundizar en el proceso de formación en lo que respecta tanto a la parte técnica como al redescubrimiento de su identidad, que es la vertiente filosófica de este proyecto de comunicación. Esto nos parece significativo por la relevancia que ello tiene para las comunidades de la Sierra, si las miramos en el contexto de los agresivos procesos de aculturación que sufren en sus “encuentros” con las dinámicas culturales hegemónicas del mundo exterior.

En efecto, los testimonios de Rafael Mojica, indígena wiwa, Benjamín Gutiérrez, indígena arhuaco, y Arregocés Coronado, indígena kogui, nos revelan diferentes dimensiones del proceso de aprendizaje y apropiación del lenguaje audiovisual. Por un lado, el más evidente, que es el encuentro con los “aparatos” y con las técnicas que entraña su manejo, donde entra en juego el re-aprendizaje de categorías como tiempo, espacio, luz, sonido, mirada, velocidad, movimiento, quietud y toda esa nueva forma de aprehender el universo sensible a través de una lente o de un micrófono. En esta misma dimensión se encuentra también el “secreto” de la manipulación de esas categorías en la sala de edición, donde es

posible re-crear, en otra lógica y bajo otras reglas de la narración, esa realidad ya atrapada en las cintas de video y audio.

En otra dimensión del proceso, y una vez han aprendido a dominar los equipos y sus técnicas, se encuentra la nueva aproximación, que tiene como comunicadores indígenas a esa realidad en la que han vivido siempre. El conocimiento de otros lugares del territorio en los que nunca habían estado, la nueva mirada a los saberes tradicionales, las problemáticas ya conocidas, pero abordadas de otra manera para contarlas de nuevo al hermano menor, fueron experiencias que comenzaron a cambiar sus vidas. El contacto directo con los mamos, el ejercicio de traducción y la reescritura audiovisual de los mensajes, en el caso de *Palabras mayores*, o el encuentro con la historia del internado indígena y la expulsión de los capuchinos de San Sebastián de Rábago, en el caso de *Nabusímake. Memorias de una independencia*, han sido determinantes en ese proceso de formación del equipo de trabajo, que a partir de estos aprendizajes adquiere una mayor claridad sobre su misión y un mayor compromiso con su quehacer .

De otro lado, el grupo tiene conciencia de que el dominio de las técnicas es un proceso gradual, y que antes de plantear innovaciones es necesario alcanzar un dominio de las reglas y técnicas que gobiernan la producción y el relato audiovisual. Como lo admite Mojica, “era como aprender las normas que hay afuera para luego poderlas adaptar y no seguir el mismo ritmo, sino con un estilo propio”.

Desde otro ángulo de la formación, es claro que los jóvenes realizadores indígenas han tenido que aprender a sortear algunas dificultades del trabajo con las comunidades. Una de ellas se refiere, por ejemplo, a la diferencia que existe entre los ritmos del trabajo audiovisual y los ritmos propios de una asamblea de autoridades. Otra puede ser la resistencia de sus coterráneos a dejarse fotografiar por los suyos, lo cual les plantea, una y otra vez, el reto de explicar, de enseñar, de vencer resquemores atávicos, de persuadir, de convertirse, en cierta forma, en maestros de sus propios hermanos indígenas.

4.2. Las implicaciones políticas

En este análisis comenzaremos por recalcar cómo el Colectivo Zhigoneshi no se define como un centro de producción audiovisual, lo cual sería coherente con su quehacer principal y su proyección externa, sino que elige definirse desde su inicio como un *centro de comunicación indígena* de la Organización Gonawindúa Tayrona, creado para “fortalecer los procesos institucionales de los pueblos kogui, arhuaco y wiwa”.

Las producciones audiovisuales, cartillas, página web y exposiciones fotográficas creadas por este colectivo reafirman el trayecto histórico seguido por los

indígenas de la Sierra para reivindicar la igualdad dentro de la diferencia frente al mundo de los hermanitos menores y para lograr una relación más horizontal con ellos, utilizando su mismo lenguaje para hacer escuchar su voz. “Una voz que ordena, informa, sugiere y aconseja lo que se debe hacer”.³⁵

Porque es en medio de las luchas por la recuperación del territorio y la protección de su entorno, y arraigados en esa responsabilidad cósmica que les asigna la Ley de Origen, donde se ha robustecido la actividad de las organizaciones sociales indígenas, aprovechando diversos recursos en sus procesos de reclamación, negociaciones y diálogos con el mundo de los hermanos menores, esos que, según la experiencia de los comunicadores indígenas, ya no somos capaces de entender por los oídos, sino por los ojos. Es, precisamente allí, en la necesidad de una interacción efectiva, donde entran a jugar un rol táctico el lenguaje audiovisual y las nuevas tecnologías de la comunicación y la información.

Hay consenso en los entrevistados al señalar el conflicto como el detonante de la necesidad de abrir las puertas y de informar para que todos supieran lo que estaba pasando; y el conflicto no solo como expresión de guerra entre facciones armadas, sino de intervención agresiva sobre el territorio, de explotación salvaje de los recursos naturales, de violación sistemática de los lugares sagrados y, en últimas, de ruptura con la madre Tierra. Había entonces urgencia de un mejor entendimiento con aquellos que parecían no entender la gravedad de esa ruptura.

Ya alguna vez habían hablado de la Sierra como el corazón del mundo, y esa palabra caminó y dio la vuelta al mundo a través de las imágenes transmitidas por un poderoso aparato de comunicación llamado la British Broadcasting Corporation (BBC). Aquello fue a comienzos de los noventa. En 1995, empezó a tomar forma la unidad de los cuatro pueblos serranos, y en los cinco años siguientes se produjeron triunfos históricos para el movimiento indígena, que hasta ese momento se batía en las mesas de negociación del Gobierno con el discurso de los líderes y la palabra escrita. Entre 1998 y 2002 se agudizó el conflicto armado y se comenzó a pensar seriamente en ampliar la vocería con las mismas herramientas utilizadas por el mundo occidental.

Transmitir el pensamiento ancestral y la visión sobre el territorio se convirtió entonces en una forma de resistencia contra las visiones y prácticas impuestas por el Estado, por las corporaciones privadas, por la cooperación internacional, por los violentos. A todo lo largo de su discurso Amado Villafañá expuso que su objetivo siempre ha sido realizar ese gran documental llamado *Resistencia en la Línea Negra*, una película “mejor que esa de la BBC” para la cual lleva ocho años recogiendo imágenes y testimonios. En el camino surgieron *Palabras mayores* y *Nabusímake. Memorias de una independencia*, que han servido para alimentar ese proyecto de largo aliento, en donde sí veremos en primer plano el impacto de los megaproyectos, las violaciones a los derechos humanos y los estragos del conflicto en toda su magnitud, algo que Julio Barragán echa de menos en los

productos actuales de Zhigoneshi, puesto que la guerra ha sido tan devastadora para los pueblos de la Sierra, tanto como lo fue políticamente el gobierno de Álvaro Uribe, que trajo división y estimuló el clientelismo.

Frente a esa arremetida desarrollista, cuyos alcances el país no termina de conocer, era necesario plantarse de nuevo y, primero, explicar a los hermanos menores que ellos no aceptan ser vistos simplemente como “los indios que se oponen al desarrollo”, sino que tienen razones de peso para defender sus derechos, y que sus reclamaciones ecologistas están enmarcadas en una honesta preocupación por el equilibrio y el bienestar general. En esta perspectiva, puede decirse que el trabajo del colectivo se va orientando hacia la formación de opinión pública y a las alianzas que fortalezcan sus agendas políticas.

Esa respuesta a las necesidades de comunicación tiene lugar en un marco de urgencias, en el que el encuentro y el uso de las tecnologías de comunicación para las luchas sociales y para los agenciamientos comunitarios se da al cobijo de una vieja forma de resistencia de estos pueblos frente a las hegemonías, que consiste en aprender el lenguaje del otro y luego decir lo que se tiene que decir en el lenguaje del otro. Hace quince años fueron los documentos, y ahora la información audiovisual es la mejor forma de hacerle entender al hermanito menor.

4.3. Las imágenes son de todos

En medio de su trayectoria, el tema de los derechos de autor y las leyes que rigen la producción audiovisual entran a hacer parte de las preocupaciones del Colectivo Zhigoneshi y le exigen una postura. Así, siendo coherentes con el discurso que sus dirigentes vienen exponiendo en los escenarios políticos, Zhigoneshi reafirma el carácter colectivo de sus intereses y la propiedad colectiva de sus productos.

En ese sentido, las alianzas han resultado fructíferas y provechosas en horas de producción, han constituido otro campo de aprendizaje en materia de créditos y derechos compartidos, y han ofrecido, especialmente, una oportunidad para sentar esa postura frente a algo tan delicado y estratégico como el uso posterior de las imágenes. Los trabajos realizados con Telecaribe y el Ministerio de Cultura son ejemplos de ello: siempre se entregó un producto editado, que es propiedad, no del Centro de Comunicaciones Zhigoneshi, sino de la organización como representante de la comunidad.

La decisión es clara: queremos que la propiedad de todo lo que salga hacia afuera de la Sierra sea de los pueblos indígenas de la Sierra.

Para la racionalidad del mundo indígena lo simbólico no es mera representación cognoscitiva, sino vivencial. En ellos, el saber es consecuencia de la vivencia

acumulada de la comunidad, así, “el conocimiento que manejan los mamos no es de ellos sino del pueblo. Todos los testimonios que hace un mamo son de propiedad colectiva”.³⁶ Su conocimiento es vital, depositado en lo relacional y no en lo conceptual. La realidad está presente como complejo de signos concretos y materiales que se refieren mutuamente unos a otros y con ella se establece una relación ritual y ceremonial cotidiana.

En el caso particular de Zhigoneshi hay un esfuerzo por la deconstrucción de los procesos verticales de comunicación, evidentes, por ejemplo, en la explotación de la imagen del indio, incluso para promover una industria que destruye sus espacios sagrados: “Los indígenas no estamos para promover el turismo ni la explotación de minas”,³⁷ por tanto, su imagen no puede —no debería— aparecer en la valla de un proyecto turístico o de una explotación minera.

El gorro, la mochila, el vestido, el rostro, la voz y el territorio lo consideran un diseño no del hombre, sino del Creador, y cada elemento tiene una historia que también lo hace de propiedad colectiva. La Sierra, como la casa sagrada de los cuatro pueblos, no puede ser apropiada por un escritor o un documentalista.

Insistimos en que es clave entender cómo se insertan las preocupaciones, el confinamiento y las propuestas de los mundos locales en este presente marcadamente audiovisual en el que el oído (la capacidad de escucha y entendimiento) se ha desplazado a la vista. En síntesis, en esta “guerra de las imágenes” hay una búsqueda de equilibrio, y, si es necesario, de transformación de las relaciones y de los lugares de poder, situando lo cultural como un espacio político, pero no para el dominio o la jerarquización, sino como posibilidad y necesidad de diálogo.

Hoy la imagen no solamente funciona desde arriba y para adoctrinar al “subalterno” en la religión, las ideas de nación, el mercado y el consumo; o para pensarlo como propiedad (“nuestros indios”, “nuestros campesinos”), o para conservarlo como postal. Se manifiestan así las comunidades que toman la imagen para tomarse la palabra, que asumen el lenguaje audiovisual para narrarse desde sus inquietudes, intereses y necesidades, desde sus historias no contadas y excluidas de las historias nacionales, y desde sus proyectos y expectativas autónomas de futuro. Es un ejercicio y un esfuerzo para administrar la imagen propia.

Debemos entender el desarrollo y sostenimiento futuro del Colectivo Zhigoneshi en lo que se refiere a la maduración de procesos formativos, tanto en el manejo de soportes tecnológicos como también, y esto es más relevante, en el fortalecimiento de procesos comunicacionales e identitarios que se dan en el equipo de trabajo, en las mismas comunidades y entre este conjunto y el mundo exterior. Debe entenderse, además, todo esto en el horizonte de unas dinámicas sociales, culturales y políticas que involucran a los pueblos de la Sierra, al Estado colombiano y a los demás actores de la sociedad civil nacional e internacional.

■ Notas

1. Declarada 'Reserva del hombre y de la biosfera' (Unesco, 1979), está ubicada frente al mar Caribe, en el extremo norte de Colombia. Su territorio lo comparten los departamentos de Magdalena, La Guajira y Cesar; se reconoce a nivel nacional e internacional por su riqueza hidrográfica y alta biodiversidad.
2. Según estadísticas de la EPS Indígena Dusakawi, de la Asociación de Cabildos Indígenas del Cesar y La Guajira. 2010.
3. Al respecto, se recomienda ver el Informe de la Comisión de Observación de la Crisis Humanitaria en la Sierra Nevada de Santa Marta, integrada por el Secretariado Nacional de Pastoral Social de la Conferencia Episcopal de Colombia y la Defensoría del Pueblo, con invitación, en calidad de observadora, a las agencias del Sistema de Naciones Unidas. 2004.
4. El poder de decisión para salvaguardar el sensible balance entre humanidad y naturaleza, con sus implicaciones ecológicas y espirituales, se encomienda a los mamós, quienes "poseen un profundo conocimiento de su medio ambiente en astronomía, meteorología, ecología, y utilizan este conocimiento para planear el calendario agrícola y hacer la distribución por linajes de tierras y cultivos." (Rodríguez Navarro, 2004:90).
5. Entre los documentos producidos en ese periodo sobresale *Visión ancestral indígena para el ordenamiento Territorial de la Sierra Nevada de Santa Marta* que contiene los lineamientos sobre el tipo de ordenamiento y desarrollo que la Sierra necesita para mantener el equilibrio y generar alternativas sostenibles para estos pueblos. Fue presentado el 17 de mayo de 2006 en Valledupar por el Consejo Territorial de Cabildos, y en él se le exige al Estado colombiano que toda acción a realizar en la S. N. S. M. esté basada en los criterios que allí se establecen.
6. Es una línea imaginaria que delimita el territorio ancestral de los cuatro pueblos indígenas de la Sierra Nevada, que, según la Ley de Origen, es el legado que Serankua (el Padre Creador) dejó a su cuidado.
7. Empresa exportadora de carbón que opera varios muelles carboníferos en Santa Marta.
8. La Organización Indígena Gonawindúa Tayrona, conformada por los pueblos kogui, arhuaco y wiwa, de la Sierra Nevada de Santa Marta, fue constituida el 21 de enero de 1987. Tomado de <<http://zhigoneshi.org/?q=node/45>>.
9. Tomado de <<http://zhigoneshi.org/?q=node/67>>.
10. Ídem.
11. Documental de sesenta minutos, realizado en 1990 para la BBC de Londres.
12. Entrevista realizada el 7 de abril de 2010, en la Casa Indígena, Santa Marta. Colombia, por Waydi Miranda.
13. Se trataba de un proyecto de fortalecimiento organizativo de las comunidades, financiado por la agencia italiana Ricerca e Cooperazione.
14. Corresponsal en ese momento de la revista *National Geographic* para América Latina, Ferry estaba intentando hacer un reportaje sobre los indígenas de la Sierra Nevada para la famosa publicación, pero no había logrado encontrar al guía adecuado, hasta que conoció a Amado Villafaña, y, en virtud

de la amistad que establecen, Ferry ayudó a Villafaña a conseguir las primeras cámaras de fotografía y de video para sus proyectos. Ver testimonio de Ferry sobre su relación con el proyecto de comunicación indígena en: <<http://www.semana.com/multimedia-problemas-sociales/rancheria-tierra-sagrada-megaproyecto/2341.aspx>>.

15. Maestro antropólogo y documentalista. Asesor de comunicaciones del Colectivo Zhigoneshi. Consultor de la Fundación Alisos Colombia y miembro activo de la Red de Video Indígena Daupará y de la Corporación Alados, que agrupa a documentalistas a nivel nacional.

16. Apartes de un informe escrito por Pablo Mora en septiembre de 2007 para la Fundación Avina Colombia sobre la alianza con la OGT, facilitado por el autor para esta investigación.

17. La versión en español fue donada al Ministerio de Cultura de Colombia. La inglesa está en Austria y la francesa en París, adonde fue llevada para ser expuesta en la Unesco, y en Ginebra, pero traerla nuevamente al país era tan costoso y tenía tantos trámites que la organización decidió donársela a la Embajada de Colombia en París.

18. Pablo Mora Calderón. "De laboratorios y ezwamas". En *Signo y Pensamiento*. Bogotá, 2008.

19. Es otra forma común para referirse a los blancos o hermanitos menores.

20. Pablo Mora Calderón. "De laboratorios y ezwamas". En *Signo y Pensamiento*. Bogotá, 2008

21. Ver: <<http://il.youtube.com/watch?v=8zQ-c9xoOl0&feature=related>>.

22. Para conocer detalles sobre los permisos, pagamentos y bautizo de los equipos de Zhigoneshi ver entrevista completa con Amado Villafaña en los anexos.

23. El sentido en que lo dice el entrevistado es el de las puertas o portales cósmicos, concepto común a muchas creencias a lo largo de la historia, asociado a las entradas hacia otras dimensiones del universo.

24. Omitimos el nombre del grupo armado para evitar posibles retaliaciones.

25. Ver: <<http://ngm.nationalgeographic.com/ngm/0410/feature3/index.html>>.

26. Rogelio Mejía, Cabildo Gobernador Arhuaco.

27. Recurso muy usado por los realizadores independientes y organizaciones sociales para viabilizar proyectos que no cuentan con financiación, pero que son de su interés. Es una forma de apalancamiento que puede tomar varios años, haciendo ahorros en unas actividades para hacer posibles otras.

28. Apartes de un informe escrito por Pablo Mora en septiembre de 2007 para la Fundación Avina Colombia sobre la alianza con la OGT, facilitado por el autor para esta investigación.

29. Presentación Centro de Comunicaciones Zhigoneshi. Documento en Power Point.

30. Amado Villafaña.

31. Aquí es preciso aclarar que la ausencia de los kankuamos obedece a que este pueblo posee un proyecto propio de televisión, *Kankuama T.V.*, que ha tenido un desarrollo paralelo a Zhigoneshi.

32. Entendida como la parte del proceso de producción que garantiza la provisión de los recursos financieros.

33. A nivel latinoamericano existe desde 1985 el Consejo Latinoamericano de Cine y Comunicación de los Pueblos Indígenas, Clacpi, creado durante el I Festival Latinoamericano de Cine y Video de los Pueblos Indígenas, realizado en Ciudad de México. Organizada hoy como Coordinadora, está integrada por un amplio número de organizaciones que impulsan la comunicación, particularmente la producción de video, como herramienta de afirmación cultural y de transformación social en regiones indígenas de América Latina.

34. Pablo Mora Calderón. "De laboratorios y ezwamas". En *Signo y Pensamiento*. Bogotá, 2008.

35. Grace Morales Ujueta. "Acciones para preservar el corazón del mundo: la experiencia de comunicación indígena en la Sierra Nevada de Santa Marta". *Encuentros* N° 13. Enero - junio de 2009.

36. Palabras de Amado Villafaña.

37. Idem.

Territorio y Conflicto en Montes de María y Perijá

El audiovisual como memoria

Experiencia: Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21 (CCMMa L21)

Localización: El Carmen de Bolívar (Bolívar)

Año de creación: 1994

Periodo de estudio: 2007-2010

Procesos de formación y producción audiovisual adelantados en el marco del proyecto de 'Memoria, Comunicación y Territorio', que se desarrolla en los Montes de María y la Serranía de Perijá, departamento del Cesar.

El Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21 es una experiencia que surgió a mediados de la década anterior en El Carmen de Bolívar, principal centro poblado de la subregión de los Montes de María. De vocación agraria, pacífica y profundamente musical, esta zona encarna un *ethos*, una manera de ser, o, lo que es lo mismo, una identidad cultural “montemariana”, que este Colectivo ha sabido interpretar y potenciar, llevando a cabo procesos de comunicación que han ayudado a restaurar las hebras dañadas del tejido social, los espacios comunes y los derechos vulnerados por más de diez años de conflicto armado. El presente estudio pone la lupa en el trabajo desarrollado por el CCMM en los últimos tres años alrededor de la memoria colectiva, y analiza los procesos de producción y formación audiovisual llevados a cabo con niños y jóvenes.

■ 1. Características del contexto

1.1. Los Montes de María¹

La subregión de los Montes de María es un área de 2.677 km² conformada por quince municipios: siete del departamento de Bolívar, que son: El Carmen de Bolívar, San Juan Nepomuceno, San Jacinto, Zambrano, El Guamo, Córdoba y María La Baja, y ocho de Sucre: Ovejas, Los Palmitos, Colosó, Chalán, Morroa, Tolviejo, San Antonio de Palmito y San Onofre. Algunas instituciones amplían el número a diecisiete, pues consideran a Sincelejo y a Corozal como parte de la zona de influencia. De geografía ondulada y abundante vegetación, esta subregión ha sido tradicionalmente conocida por su importante producción agrícola y ganadera. Es también muy rica culturalmente debido a las diversas matrices étnicas e influencias culturales que la identifican. No obstante su larga tradición pacífica, la pérdida de tierras, la presencia de actores armados y las crisis huma-

nitarias debidas a masacres y desplazamientos masivos fueron la constante en los Montes de María hasta entrado el siglo XXI.

En términos económicos, la zona posee una tradición agrícola y ganadera, así como de cultivo y producción de tabaco, pero sus procesos productivos se han visto afectados por la alta concentración en la propiedad de la tierra y por el conflicto que enfrentó en el territorio, por casi una década, a tres actores armados: la guerrilla, los grupos de autodefensa y el Ejército. Las condiciones topográficas de la región, su carácter de corredor estratégico y sus abundantes recursos naturales la hicieron escenario de disputas por el control del territorio, al tiempo que se usaba como zona de avanzada y de repliegue de los grupos armados.

El Índice de necesidades básicas insatisfechas (NBI) en los municipios de los Montes de María es uno de los más altos de la región Caribe: casi todos tienen entre 50 y 100 personas con NBI por cada cien. Colosó, El Carmen de Bolívar y San Jacinto son los municipios más críticos.

En términos de desplazamiento forzado, hubo un incremento alarmante del problema entre 1999 y 2000, pues se pasó de 1.100 a 60.177 en solo 12 meses,² lo cual coincide con el inicio de la confrontación entre la guerrilla y los grupos de autodefensas. También es evidente el alto déficit alimentario, habitacional y de infraestructura, frente a un todavía incipiente proceso de restablecimiento de derechos mediante la aplicación de las normas expedidas para atender la crisis humanitaria del país.

Finalmente, la percepción sobre las corporaciones públicas, alcaldes y gobernadores en 2004 reporta índices departamentales de transparencia de 49.90, lo cual implica un riesgo alto de corrupción relacionado con el clientelismo y la incapacidad de los entes gubernamentales para administrar de forma eficiente los recursos públicos y para responder a las demandas de los ciudadanos, especialmente los que se encuentran en estado de vulnerabilidad.

Entre los años ochenta y noventa la Región Caribe experimentó una intensa actividad cultural, representada en festivales de teatro, grupos culturales, cine clubes, auge de la música tropical en la industria discográfica y visibilización de las tradiciones culturales en la televisión nacional y regional. Teníamos un flamante Ministerio de Cultura, y comenzaban a proliferar, unas con más suerte que otras, las casas de cultura en todos los municipios del país. En El Carmen de Bolívar un grupo de jóvenes con talento y liderazgo quería también una para su pueblo, y comenzaron a soñarla. En pocos años la consiguieron, tras una serie de gestiones que poco tuvieron que ver con la política y sí mucho con el ingenio, la persistencia y la decisión de dos mujeres y un grupo de cómplices.

Y, como la cultura se la llevaba bien con el periodismo, abrieron un curso, y con el curso una trocha que fue seguida, desde entonces, por otros miles de muchachos y muchachas de los Montes de María, que encontraron en la comu-

nicación y en los medios ciudadanos una opción de vida. Pero en todo ello no aportó nada la institucionalidad ni la Alcaldía ni sus oficinas culturales ni sus funcionarios ni, por supuesto, el presupuesto municipal. En los años siguientes, difíciles para todos, las relaciones entre el naciente Colectivo y las autoridades locales fueron más bien tensas, mediadas por la incomprensión y la mutua desconfianza.

1.1.1. *El conflicto armado en la vida de la región*

En el libro *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*,³ Jair Vega y Soraya Bayuelo señalan cómo a partir de los años noventa la región montemariana se ve convertida en teatro de operaciones militares y tomas armadas tanto en zonas rurales como urbanas, lo que afecta a la población civil con masacres, desplazamientos forzados y prohibición de circular y compartir el espacio público, especialmente en horas de la noche. “El impacto del conflicto armado en el tejido social es significativo, ya que históricamente estos espacios públicos han sido vitales para los procesos de interacción humana, aspecto realmente crítico en una región de fuertes procesos de organización social que, a pesar de todo, han resistido los embates de la guerra”, señalan los autores.

Según el informe elaborado por la Universidad Javeriana, el mayor escalamiento del conflicto armado en los últimos diez años se dio en el período 1998 – 2003, aunque ya entre 1990 y 1993 el municipio de El Carmen de Bolívar⁴ estuvo entre los 148 municipios del país con un índice de homicidios de 60%, con un aumento en la intensidad a finales de los noventa debido a la entrada de los grupos paramilitares. Las acciones ejercidas por los grupos insurgentes fueron, principalmente, secuestros, extorsiones, hostigamientos y asesinatos selectivos. Entre otros, los de 93 candidatos a la alcaldía y de 76 candidatos al Concejo, entre 1991 y 2003.

Esto implica la desestabilización del sistema democrático a nivel local y la promoción del miedo y la desconfianza en la función representativa y participativa. Lo anterior llevaría consigo tres elementos: por un lado un relacionamiento negativo con la institucionalidad formal por parte de la población civil, que percibe a la primera como ilegítima; por otro lado, disminuye considerablemente las probabilidades de que se construyan canales de rendición de cuentas y control social; y, finalmente, reduciría la posibilidad de que se llevaran a cabo liderazgos legítimos y coherentes con las demandas de las comunidades, a riesgo de ser estigmatizados y puestos en el escenario de la confrontación armada.⁵

Si bien desde la década de los ochenta existían grupos de autodefensa en la zona, estos no tenían una estructura organizativa ni un plan estratégico regional, como se hizo evidente a mediados de los noventa como expresión de una

alianza entre narcotraficantes, élites regionales y fuerzas armadas estatales en respuesta a las amenazas de los grupos guerrilleros, entre otras motivaciones. En sus inicios, estos llevaron a cabo una estrategia de incursión y ofensiva indirecta,⁶ pero su poder militar, táctico y organizativo adquirió un mayor alcance entre 2000 y 2003, cuando se infringió una violencia selectiva mezclada con violencia indiscriminada, como masacres. Luego su control se extendió hacia el Canal del Dique, donde ampararon la ampliación de los dominios del narcotráfico y la exportación de droga a lo largo de la Costa Caribe.

Por todo ello, a partir de 2000 se evidencia en las comunidades de los Montes de María la desarticulación de las redes sociales, la pérdida de la confianza y de la asociatividad, el deterioro de sus condiciones de vida, efectos psicosociales y alteración de la dinámica de apropiación del territorio.

Geográficamente, la intensidad del conflicto afectó en mayor medida a los municipios de El Carmen de Bolívar, Ovejas y Zambrano, y en un nivel medio a San Jacinto, San Juan Nepomuceno, María la Baja y Mahates.

A partir de las negociaciones de Santa Fe de Ralito y de la aprobación de la llamada Ley de Justicia y Paz,⁷ que llevó al proceso de negociación y desmovilización de los grupos de autodefensa, 594 integrantes del bloque Montes de María de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) dejaron las armas el 14 de julio de 2005 en el corregimiento de Buena Vista, municipio de Santa Rosa del Sur, mientras que el Bloque Central Bolívar desmovilizó 2.523 personas en el mismo municipio, el 31 de enero.

Oficialmente, ningún grupo guerrillero opera en la subregión, pero en 2008 se registraban grupos emergentes, como las Águilas Negras, y de delincuencia común, en los que participaban incluso paramilitares desmovilizados. “Así mismo, se han incrementado los asesinatos por sicariato y las estructuras de narcotráfico siguen funcionando, de forma que no es posible hablar de una terminación total del conflicto armado en la región”.⁸

1.1.2. Vocación y cultura de paz

En términos culturales, la población de los Montes de María comparte rasgos de la cultura sabanera que predomina en el departamento de Sucre; de los grupos afrocolombianos presentes en la zona suroccidental de Bolívar (Mahates y María la Baja) y de la cultura ribereña ubicada en la margen izquierda del río Magdalena, fronterizo con ese departamento, que posee características asociadas al zambaje (mezcla de indígenas y africanos).

Según el análisis de conflictividad realizado por el Área de Paz, Desarrollo y Reconciliación del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PUND), el documento más actualizado sobre esta zona, la historia de poblamiento de los

Montes de María, y algunos rasgos de su cultura, son factores que inciden en el desarrollo del conflicto y la paz. Vale la pena conocer esta caracterización, ya que no ha sido frecuente en los análisis sobre conflictividad de la región caribe que se tengan en cuenta las variables históricas y culturales y creemos que resulta pertinente para el caso que estudiamos:

“Las bases para una cultura de paz: La población de esta región tiene incorporadas bases importantes de una cultura de paz, que se manifiestan en una mezcla natural entre la población mestiza y afrocolombiana de las clases populares, en la conciencia colectiva y la capacidad de organización que los llevó al florecimiento de sus organizaciones comunales y a la autogestión de las condiciones de desarrollo. Su espíritu de reivindicación por vías pacíficas se ha erigido en contra de las acciones armadas. Otra base de esta cultura de paz es el sector intelectual, que promovió y llevó a cabo el proceso de desconcentración de la tierra en Sucre en los años setenta,⁹ a pesar de la oposición de la élite conservadora.

Procesos de desarrollo y reconstrucción desatados por las desmovilizaciones en la región. Durante los años noventa se presentaron en los Montes de María varias desmovilizaciones de grupos subversivos. El Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT) firmó el acuerdo de paz en enero de 1991 en Don Gabriel, municipio de Ovejas. Un mes después, como parte del proceso de desmovilización nacional del EPL, buen número de sus combatientes se concentró en el municipio de Juan José, Córdoba, cerca de los Montes de María. Luego, el 9 de abril de 1994, la Corriente de Renovación Socialista (CRS) firmó su acuerdo en Flor del Monte, Ovejas.

Estos grupos incluyeron en la negociación de su desmovilización la creación por parte del Estado de programas de inversión social para las comunidades que habían sido afectadas por la presencia armada. Esto trajo a la población una gran esperanza de desarrollo, que se concretó en la consolidación de movimientos cívicos y el fortalecimiento de partidos políticos de izquierda, como la Unión Patriótica. Con estas iniciativas llegaron a ocupar varias alcaldías y puestos en los concejos de varios municipios de la región. Es en este escenario de paz y de entusiasmo por la política local en el que se presenta la llegada del paramilitarismo a la región.

Cultura de la ilegalidad y del clientelismo. El contrabando ha sido parte de la vida cotidiana de su gente a lo largo de varias décadas, por lo cual esquivar la ley se ha convertido en algo usual, que no genera mayor sanción moral. Parte de ese desprecio hacia la legalidad se debe a que la región no contó con un Estado protector o mediador, sino con un sistema político y administrativo que asume el “gamonalismo rural” como modelo de gestión, en el que las instituciones encargadas de la provisión de los bienes y servicios que demanda la sociedad son permeadas

por la práctica “clientelista-electoral”, en detrimento del ejercicio de los derechos ciudadanos.

[...]. En este contexto, se consideran cuatro causas estructurales de la conflictividad que padece la región: la tenencia de la tierra, el modelo de desarrollo, el conflicto político y de clases y la corrupción y el fraude electoral.¹⁰

1.2. La serranía del Perijá¹¹

La región Sierra Nevada/frontera venezolana, donde se encuentra la serranía del Perijá (o de los Motilones), es una prolongación de la cordillera Oriental, ubicada al nororiente del departamento del Cesar, y comprende los municipios de Manaure, San Diego, La Paz y Agustín Codazzi.

Debido a la importancia biológica y ambiental de la serranía, entidades internacionales de conservación, junto al Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y a las autoridades ambientales de la región, vienen adelantando labores de identificación, ordenamiento ambiental y declaración de zonas protegidas, atendiendo a la necesidad de conservar el valor estratégico que posee la serranía.

La agricultura presenta allí un intenso desarrollo, especialmente en el valle del río Cesar, donde las comunidades se dedican a la producción agrícola y a la crianza de animales. Con respecto al índice de NBI, los cuatro municipios se hallan en una situación medianamente crítica, con el 80% de personas vulnerables, y el 54% de los hogares receptores del proyecto en situación de déficit.

1.2.1. *Algunas características del conflicto*

El sur del Cesar cuenta con municipios con alta intensidad del conflicto, como Aguachica y Gamarra, mientras que el norte reporta, a partir de 2003, un promedio de 473 homicidios por año, incluyendo las masacres ocurridas entre 2000 y 2005 (periodo que coincide con el posicionamiento en la zona de las AUC, a las que se atribuye el 50% de las masacres). San Diego, municipio donde se ubica la comunidad de Media Luna, concentró el 16% de las víctimas, seguido de Codazzi, con el 14%.

Respecto al desplazamiento forzado, las cifras del departamento llegan a su punto máximo en 2002, con cerca de 30.000 personas desplazadas. Al igual que en los Montes de María, la violencia indiscriminada desarticuló las redes sociales y deterioró la capacidad asociativa de las comunidades.

La importancia de la serranía dentro del conflicto armado está en que conecta el nororiente del Cesar y el sur de La Guajira con Venezuela, por tanto, es utilizada para el tráfico de armas y droga a través de rutas que se disputan los grupos armados, especialmente las FARC y el ELN, que hacen presencia allí desde los años ochenta. Se considera que en el sur del Cesar la guerrilla llegó a contar con bases sociales politizadas y leales a sus proyectos, especialmente entre los trabajadores sindicalizados de la palma africana, lo que habría facilitado el control guerrillero en la región desde finales de los noventa.

A diferencia de la situación en los Montes de María, en esta región se evidencia una presencia significativa de las guerrillas desde la década de los ochenta, y en 1994 se documentó un porcentaje del 58% de la población rural bajo presión de estos grupos armados,¹⁴ específicamente del Bloque Caribe de las FARC y del frente 6 de Diciembre del ELN. De la misma forma, como en el caso de Montes de María, la incursión del ELN empezó desde el sur, desde la región del Magdalena Medio en los años setenta y posteriormente se consolida en el norte del Cesar en los noventa. Al mismo tiempo, a mediados de la década de los noventa se empiezan a formar grupos de autodefensa para contrarrestar el control de las guerrillas y apoderarse de los recursos de cultivos y vías de comercialización de estupefacientes. Ya se había creado años antes las Autodefensas del Sur del Cesar (AUSC) y las Autodefensas de Santander y el Sur del Cesar (AUSC). Posterior a la formación de las AUC, el Bloque Norte se insertó en la región, llegando a consolidarse en el 2004, antes del proceso de negociación con el gobierno.

124

Con respecto a la aplicación de la Ley de Justicia y Paz, la sede regional Valledupar de la CNRR ha atendido 1.953 víctimas, se han sensibilizado 1.984 víctimas y comunidad en general, se han acompañado 542 víctimas en actividades psicosociales, y se han sensibilizado y atendido casos de desplazamiento, desapariciones, homicidios, y otros hechos atribuibles a grupos armados al margen de la ley.

Otro fenómeno de gran incidencia es el de las minas antipersona, que siguen siendo una amenaza para la población civil de las zonas rurales. En su mayoría, las minas son responsabilidad de los grupos guerrilleros, especialmente del ELN.

En términos de legitimidad y credibilidad de las instituciones públicas, el índice departamental de transparencia del Cesar era de 57.7 en 2004, lo que muestra un riesgo de corrupción medio, menor que el de Montes de María, pero significativo en cuanto al manejo de los recursos públicos y la atención a la población vulnerable.

La caracterización cultural de estas comunidades se ubica entre la de los pueblos colonos, que en diferentes oleadas, a lo largo del siglo XX, migraron desde la región andina hacia el norte del país, para escapar de la violencia de los años cincuenta, o en procesos posteriores de migración económica asociados a las

actividades productivas de gran escala (minería, cultivos industriales, proyectos turísticos, entre otros).

La serranía del Perijá es también el territorio de la etnia yukpa, que cuenta en el Cesar con cuatro resguardos que, teóricamente, les otorgarían derechos colectivos sobre 34.000 hectáreas. Estos resguardos albergan entre 2 y 3 mil habitantes (unos 1.173 en Colombia y aproximadamente 1.567 en Venezuela),¹² por lo que los yukpa practican una migración interfronteriza de especiales características. Como anota el documento de la Línea de Base, solo el resguardo de Iroka está constituido legalmente, lo que incide en que no reciban la debida atención por parte del Estado, y dificulta la exigibilidad de sus derechos, pese a que en Colombia su territorio se ha visto sometido a fuertes presiones relacionadas con cultivos ilícitos y actores armados.

En la actualidad, se considera que la intensidad del conflicto armado en la serranía del Perijá ha disminuido debido a la presencia del Ejército y a la recuperación por parte de las Fuerzas Armadas de corredores utilizados por grupos armados, sin que esto represente una total garantía de seguridad para los pobladores. Al parecer no se reporta presencia de ningún grupo guerrillero y la desmovilización de las AUC en el 2005 habría contribuido a disminuir la violencia contra la población civil, pero, al igual que en los Montes de María, las autoridades han detectado bandas criminales asociadas al narcotráfico, en las que participan desmovilizados de las autodefensas, y se han reportado asesinatos y nuevas confrontaciones entre estos y la fuerza pública.

■ 2. Descripción de la experiencia

El Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21 –que en adelante llamaremos el Colectivo o CCMM– es una organización no gubernamental¹³ fundada en septiembre de 1994 en El Carmen de Bolívar por un grupo de estudiantes y profesionales de ciencias sociales que hacían parte de la Casa de la Cultura de ese municipio. Esa casa comenzó en “la banca rota del parque”, como suelen narrar sus fundadores y fundadoras, pero ahora posee una enorme casona carmera restaurada, que ofrece los servicios de biblioteca, sala de informática y programas de formación artística.

De ese grupo de jóvenes ilustrados, que “discutía con vehemencia la idea de dinamizar su ciudad con un proyecto de comunicación y cultura”,¹⁴ salieron Soraya Bayuelo Castellar, comunicadora social, y Beatriz Ochoa Romero, filósofa. Las dos mujeres se dieron a la tarea de crear una emisora y un canal local *Línea 21 Televisión* a través de los cuales, bajo las premisas de la comunicación para el cambio social, lograrían construir ciudadanía y restañar las heridas de la guerra sobre la gente y sobre el tejido social de los Montes de María.

Según su propia definición, el Colectivo se creó para promover “una cultura democrática, a través de espacios de participación ciudadana dentro de la nueva generación, con el fin de construir un nuevo medio de socialización diferente a la guerra”.

En su trabajo sobre el Colectivo, Clemencia Rodríguez relata cómo ella había insistido en que las experiencias lideradas por Soraya Bayuelo en los Montes de María, y Alirio González en Belén de los Andaquíes, estaban indisolublemente asociadas a la aparición del conflicto armado en sus regiones, ante lo cual Soraya respondía que, en el caso del Colectivo, eso no era más que una coincidencia.

Nuestra propuesta –dice la directora del Colectivo al ser interrogada sobre ese aspecto– no nace a partir de la guerra; nace de la matriz de la Casa de la Cultura de El Carmen de Bolívar, en un proyecto de formación en periodismo para el desarrollo comunitario. La guerra llega poco a poco y se va incrementando, lo que hace que un proyecto que podía haber continuado su rumbo como una apuesta cultural, comunicativa y educativa, cambie de estrategia metodológica, pedagógica y de discurso para poder hacerle el quite a la guerra. Sus principios, sin embargo, siguen firmes en lo político, social y cultural. Cada vez vamos buscando más ideas y construyendo formas alternativas para enfrentar los avatares no solo de la guerra y de los guerreros, sino también frente a las múltiples violencias estructurales producto de la ingobernabilidad y la corrupción, de las violencias familiares y la violación de los derechos humanos, especialmente el derecho a la palabra y a la libre expresión.

126

Rodríguez termina por aceptar que ellos tenían razón al deslindar su origen del inicio del conflicto armado “porque aceptar que estas iniciativas son para contrarrestar la guerra querría decir que su razón de ser es la guerra misma. Por el contrario, es mucho más significativo abrir un espacio social y cultural donde las cosas pasan y la gente se encuentra a pesar de la guerra, al margen de la guerra, a espaldas de la guerra”.¹⁵

La propuesta, entonces, se encuentra con la guerra, y por crear espacios distintos a ella obtiene en 2003 el Premio Nacional de Paz, y cinco años después el Premio Nacional de Periodismo Semana–Petrobras en la categoría de ‘Mejor Medio Comunitario’.

Desde el punto de vista organizativo, el CCMM tiene cuatro áreas de trabajo: a) Pedagógica; b) Gestión y Administración; c) Comunicación y Producción; d) Investigación y Documentación. Los equipos de trabajo así organizados coordinan los colectivos barriales y rurales de comunicación, la escuela de producción audiovisual, el cine club itinerante y el proyecto ‘Cinta de Sueños’.

Sus órganos de dirección son la Asamblea General y el Consejo Directivo, conformado por la Dirección (Soraya Bayuelo), la Subdirección (Beatriz Ochoa), la Secretaría (Wilgen Peñaloza), la Fiscal (Carmen Cárdenas), la Tesorería (Fausto Rolón), y la Revisoría Fiscal (Eduardo Dáger Quintero).

Su objeto social es preparar a las personas como actores sociales del desarrollo a través de su participación en la vida comunitaria, además de vincularlos a procesos de investigación, de comunicación, de construcción de ciudadanía y de memoria. Cuando se le pide a un miembro del Colectivo definir el trabajo que hacen, su respuesta, casi siempre, se basa en estas dos constantes: “La comunicación es un pretexto” y “Una escuela sin paredes”. Podemos decir que son las ideas que mejor resumen su accionar, pero si observamos lo que dice la visión del CCMM veremos la diversidad de ideas y propósitos que la definen:

“Pedagógica, transformadora, formadora, lúdica, de entre aprendizajes y de apropiación del derecho a la comunicación para el cambio social”, y, sin transición, afirma que esto se hará “desde la producción, creación y consolidación de ideas, metodologías, procesos de formación y réplica de conocimientos, valores y crecimiento individual y colectivo a través de la creación y usos de los medios de comunicación alternativos y comunitarios”.

Habla, además, de promover una cultura de paz y respeto por los derechos humanos “despertando y promoviendo la creatividad, la alegría, la lúdica, los procesos de formación y autoformación, la sensibilidad humana, la identidad, la cultura y la ética ciudadana; buscando siempre la formación integral de seres humanos íntegros, autónomos, capaces de transformarse y de ayudar a transformar la realidad”.

La misión del Colectivo refleja igualmente esa multiplicidad de valores, de intenciones y de actividades:

... de intercambio de metodologías, formación de formadores, producción y creatividad del lenguaje audiovisual, [...] la participación y el goce del acompañamiento y fortalecimiento a redes sociales y culturales, fomentar el auto conocimiento, la libre expresión de las ideas, el respeto a las personas y la naturaleza, generar confianza, trabajo en equipo, diálogo e interpretación crítica de la realidad para ayudar a transformarla...

Los y las participantes, en los diferentes procesos pedagógicos y de producción de la Corporación Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21 comparten, respetan y promueven los siguientes valores en todos los espacios en los que se involucran y proyectan: confianza, respeto a sí mismo, a los otros, al espacio y a las comunidades e instituciones con las que cada uno de sus miembros o equipos interactúan, amor, alegría, solidaridad, libertad, capacidad de asombro, confianza, prudencia, tolerancia, armonía, pensamiento crítico, autonomía, voluntad, disciplina, compromiso, creatividad, sinceridad, humildad, espíritu emprendedor, dominio de sí, honestidad, comprensión, rigor, auto superación, capacidad de dar y de trabajar en equipo, esfuerzo, justicia, equidad, comunicación, autorregulación, ética y consecuencia, valor de la palabra, diálogo propositivo, escucha atenta y propositiva.

Como organización social, el Colectivo ha gestionado proyectos de comunicación con componentes de atención sicosocial, pero a partir de 2010 incorporó esta línea de trabajo con la integración de dos profesionales en psicología y trabajo social al equipo. Así mismo, es miembro fundador de la Mesa Regional de Derechos Humanos y Paz de los Montes de María, y hace parte de la Secretaría Técnica colegiada de este espacio deliberativo y de participación de la sociedad civil para la promoción, formación, movilización y exigibilidad de los DDHH en el territorio.

2.1. Un modelo que genera aprendizajes

Gracias a los notables procesos de cambio que logra generar en las comunidades con las cuales trabaja, el Colectivo de los Montes de María se considera un modelo de aplicación de la comunicación para el cambio social, y es una de las experiencias más estudiadas tanto a nivel nacional como internacional.

Uno de sus grandes logros fue haber mantenido durante doce años –entre 1997 y 2009– un canal local de televisión, *Línea 21 Televisión*, que fue el primer servicio de “TV cable” de El Carmen de Bolívar, con una parrilla que ofrecía a sus suscriptores, por siete mil pesos mensuales, algo de programación comercial bajada por antena y 24 horas semanales producidas por el Colectivo. Además, producía y emitía microprogramas y programas de dieciocho radios escolares a través de una emisora que también funcionaba en la casa de Beatriz Ochoa, frente al parque central.

128

Entre 1999 y 2001 los 36 muchachos del Colectivo produjeron quince series de televisión, algunas de ellas de hasta 120 capítulos, que fueron emitidas por el canal. Entre los programas especiales realizados por *Línea 21* se encuentra *El mote social*, realizado por el Colectivo, pero dirigido por Felipe Paz. *Diálogos de nación*, y *Rompiendo el silencio* fueron sus dos partes.¹⁶

El canal tuvo que cerrar debido a las dificultades que planteó la competencia desleal y al sabotaje de dos nuevas empresas de cable que llegaron al municipio, una de las cuales terminó comprando algunos equipos y parte de la antena parabólica. Sin embargo, a diferencia de los otros proyectos de parabólica que existían en la Costa Caribe, que fueron absorbidos uno a uno junto a su infraestructura, carteras y suscriptores, el canal *Línea 21* del CCMM fue el único que no vendió la propuesta del canal comunitario a los empresarios paisas que llegaron a la región, sino que optó por apagarlo en la madrugada del primero de septiembre de 2009, fecha significativa para el Colectivo porque era el día de su 15° aniversario.

La organización ha incursionado también en el área de la investigación, con proyectos como el de ‘Gestión cultural y políticas de lugar: enfoques locales alter-

nativos al desarrollo en Montes de María y San Cristóbal', que se realizó con el Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos (IESCO), de la Universidad Central y la Red de Eventos Culturales de la localidad de San Cristóbal en Bogotá.

Además, realizó 'Palabras de mujer: la fuerza y la convicción de la vida en los Montes de María', proyecto de investigación periodística y video documental realizado gracias a una beca Avina para el desarrollo sostenible, que el Colectivo ganó en 2007 en la categoría de 'inclusión social'. En el mismo año obtuvo la beca de Creación en medios audiovisuales del programa nacional de 'Estímulos' del Ministerio de Cultura con el cortometraje *La muerte me vino a buscar*, y, en 2008, el Observatorio del Caribe Colombiano le otorgó la beca Héctor Rojas Herazo para investigación cultural, con el proyecto 'Memorias del retorno'.

En la nutrida bibliografía que existe sobre el CCMM¹⁷ se encuentran detalles de su evolución organizativa y de sus procesos pedagógicos, basados en un modelo que sus creadoras llaman *la escuela sin paredes*.

El Colectivo es un ejemplo de cómo debe ser el orden de las cosas en la comunicación ciudadana: primero el proyecto comunicativo, el saber para qué sirve hacer comunicación; después, la tecnología y los procesos de producción.", escribió Clemencia Rodríguez, investigadora de la Universidad de Oklahoma y autora del primer libro sobre medios ciudadanos y conflicto armado en Colombia, en el artículo "Construyendo país desde lo pequeñito: comunicación ciudadana en Montes de María."¹⁸

Por su parte, Cecilia Ceraso, profesora e investigadora de la Universidad de la Plata, Argentina, califica así la experiencia de CCMM en el Proyecto de 'Comunicación para la Infancia (PCIN)':

Este Colectivo es un proyecto de comunicación que no pone el énfasis en hablar por el pueblo sino que dispara la reflexión sobre derechos humanos, políticas públicas, participación, desarrollo a través de la experiencia. Capacita y habilita a los diferentes actores para la producción mediática y para que sean su propia voz.

Sus actividades parten de dos líneas de trabajo e investigación: pedagogía para la paz y cultura ciudadana, y comunicación para el cambio social, memoria y territorio. Bajo estos supuestos, fomenta un proceso de sensibilización, capacitación, reflexión, formación integral y multiplicación, que permite a niños y jóvenes cualificar sus contenidos de democracia y participación. En un balance que hizo sobre los doce años de trabajo del Colectivo, Soraya Bayuelo escribió:

Hablar de comunicación para el cambio social en los Montes de María es hablar o descubrir, día a día, la apuesta por un proceso pedagógico, por una apuesta a la vida y al mejoramiento de esa calidad de vida de los pobladores que habitan este territorio, es hablar de más de diez años de búsqueda desde la exploración de la relación educación/comunicación/cultura, y desde la cualificación diaria de los gestores, pro-

Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano

motores, dinamizadores, animadores culturales, periodistas empíricos y académicos, de los artistas, juglares, maestros, líderes, campesinos, mujeres niños, niñas y jóvenes que integran las diferentes redes y colectivos de comunicaciones en la región. Es hablar también, de medios locales comunitarios y ciudadanos que desde hace una década existen y siguen re-existiendo a pesar de las dinámicas del conflicto armado¹⁹ agudizado en la región, de la falta de oportunidades para ejercer una real ciudadanía y del cumplimiento de las políticas públicas como lo demanda un Estado democrático de derecho.²⁰

Resultado de ese proceso pedagógico que describe su directora es el trabajo audiovisual desarrollado en los últimos años alrededor de la memoria, que se puede apreciar en los tres festivales realizados por el Colectivo en los Montes de María, en 2007, 2008 y 2010.

2.2. El proyecto 'Memoria, comunicación y territorio'

Después de trasegar varios años con las comunidades en proyectos y procesos de construcción de ciudadanía, convivencia y derechos humanos, el Colectivo de Comunicaciones Montes de María decide que quiere contribuir al proceso 'Verdad, justicia y reparación' que viene agenciando el Estado a través de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación (CNRR). Y lo hace desde su expertise en comunicación, participando con el proyecto 'Memoria, comunicación y territorio' en un esfuerzo conjunto con el Movimiento por la Paz (MPDL) la Corporación de Desarrollo Solidario (CDS), la Universidad Javeriana y De Justicia, con el apoyo económico de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Aecid).

Estas entidades ejecutan en los Montes de María y en la serranía del Perijá un proyecto de atención y reparación simbólica y material con la población afectada por la violencia, y con sus organizaciones,²¹ acciones que desarrollan junto a otros socios institucionales de la región, como el programa de 'Atención integral a víctimas del conflicto y reintegración comunitaria del Cesar (Pavirec)' y la Gobernación del Cesar.

Así, a partir de 2010, el Colectivo sale de su ámbito tradicional en los Montes de María para trabajar en el Cesar la estrategia de comunicación del programa Pavirec, y para ayuda a crear la Red de Comunicadores Sociales y Comunitarios del Programa de Desarrollo y Paz del Cesar, con 25 municipios del departamento.

En El Carmen de Bolívar el CCMM cuenta actualmente con tres colectivos en los barrios Las Margaritas, El Páramo y Rabolargo, cada uno conformado por 45 miembros, que se constituyen en semillero de la escuela de comunicación.

2.2.1 El Festival Audiovisual de los Montes de María

Uno de los más recientes productos de todo este proceso es el Festival Audiovisual de los Montes de María 2010. Versiones de la Memoria, al que acudieron los diez colectivos de narradores y narradoras de la memoria de El Carmen de Bolívar, María la Baja, Zambrano, San Basilio de Palenque, San Juan Nepomuceno, San Jacinto, Ovejas, Manaure, Media Luna y San José de Oriente.

Son diez historias contadas en 15 y 20 minutos cada una por noveles realizadores, de la mano de sus “padrinos” y “madrinas”²² de la Escuela Audiovisual Cinta de Sueños, tras un proceso de aprendizaje en el que todos y todas desempeñan un papel importante, tal como lo enseña la metodología del Cuerpo Audiovisual.²³ En este, el cerebro es la dirección; los ojos, el equipo de fotografía; los oídos, el sonido; la piel, la dirección de arte; el corazón, el equipo de guión; y los pies, la producción.

Entre ángeles y margaritas, Dulce retorno, Las otras caras de la Luna, Herencia despojada, Mujeres de María La Baja, Memorias vallenatas, Nuestra vida es nuestro campo, Capaca: dolor y resistencia, Nuestra vida transcurre en color y La lucha de los kuagros (documental ganador de la Cinta de Sueños), son los títulos de las producciones que se presentaron a las comunidades en octubre de 2010 y continúan su itinerancia por el territorio Caribe.

El festival ofreció también una agenda académica de talleres y conversatorios en los que estuvo como invitada especial la documentalista Marta Rodríguez, y proyectos audiovisuales de otros lugares del país también compartieron su experiencia con los participantes de la región.

El foco de este estudio de caso es, precisamente, este trabajo sobre la memoria, tanto en la dimensión colectiva como en su dimensión histórica. En la primera, el CCMM trabaja por el fortalecimiento de la identidad y la participación de la ciudadanía, con acciones de acompañamiento y atención sicosocial²⁴ (aspecto que hasta entonces el Colectivo no había trabajado), y en la segunda aborda el fortalecimiento y la articulación de la organización social con la documentación de dos casos emblemáticos como parte del componente de reparación.²⁵

En adelante, conoceremos de la mano de sus miembros sus sueños, realizaciones y preocupaciones, buscando identificar los factores de éxito, las lecciones y los retos de esta singular experiencia.

■ 3. Estudio de la experiencia

La observación participante²⁶ fue aplicada de lleno en esta experiencia entre julio y octubre de 2010, periodo durante el cual la investigadora tuvo la ocasión de participar en el proceso de diseño y organización del Festival Audiovisual 2010. Versiones de la memoria.

Una serie de visitas a la sede del Colectivo en El Carmen de Bolívar y una convivencia de varios días con sus fundadoras Soraya Bayuelo y Beatriz Ochoa, en una experiencia cercana a la co-residencia que describe Rosana Guber,²⁷ le permitieron a la investigadora tener una posición privilegiada para la observación de la experiencia y la interacción con el equipo de trabajo, y conocer así, de primera mano, los procesos de planeación y las dinámicas organizativas que se dan alrededor de una actividad que tiene cierta envergadura y fuerte impacto sobre las comunidades que acompaña, como es el Festival Audiovisual de los Montes de María.

A lo anterior se suma la existencia de un *background* que se había conformando años atrás a raíz de la notoriedad de esta experiencia en los medios de comunicación (Premio Nacional de Paz 2003 y varias becas nacionales y regionales de producción, periodismo e investigación), y por referencia de muchas personas que ya conocían el Colectivo o a quienes conocimos gracias a este. Ellas fueron: Carmen Pacheco, comunicadora social, que hizo parte del equipo de trabajo, y está hoy vinculada a la Biblioteca María Mulata Lectora de Rincón del Mar; Laura Suárez, primera coordinadora de comunicaciones de la Fundación Red de Desarrollo y Paz de los Montes de María y actual coordinadora de la Alianza de Medios y Democracia; Jair Vega, profesor e investigador del programa de Comunicaciones de la Universidad del Norte; Clemencia Rodríguez, comunicadora vinculada a la Universidad de Oklahoma; y Jorge Mario Suárez, músico y realizador audiovisual.

Ese contacto previo y el conocimiento obtenido en el trabajo de campo generaron una fuerte empatía de la investigadora con esta experiencia, y la puso frente a un dilema bastante trasegado por la antropología y otras ciencias sociales, que es el que se plantea entre observación y participación, y entre subjetividad y rigor científico. Lo que sigue fue recogido en las notas de campo y entrevistas realizadas en Sincelejo, El Carmen de Bolívar y San Jacinto, aunque también en largas conversaciones a bordo de la camioneta del 'Cole', camino a Rincón del Mar, o a Cartagena, o de regreso a Barranquilla.

Las entrevistas con los miembros de la organización fueron concertadas con varias semanas de anticipación, dada la apretada agenda que estas personas deben cumplir en las comunidades donde trabajan, en especial, la de Soraya Bayuelo, quien está en constante movimiento por el territorio y en otros escenarios regionales o nacionales. De manera que al llegar a El Carmen de Bolívar el 23 de noviembre de 2010 teníamos citas programadas con la mayoría de sus integrantes, y de allí en adelante se cumplió, en buena parte, la agenda planeada y se integraron nuevos eventos a la misma con el fin de complementar o enriquecer la experiencia de la visita.

Una de las actividades a la que tuvimos oportunidad de asistir fue al primer taller de trabajo con la comunidad organizada de Capaca, corregimiento de Zambrano, Bolívar, donde se lleva a cabo un proceso de retorno y recuperación de

memoria. En esa primera sesión, el equipo del 'Cole' realizó, con treinta personas de diferentes edades, un ejercicio de cartografía social y de diagnóstico participativo, que comenzó con un juego en el que cada uno dibujaba sobre una cartulina el objeto que mejor lo representara. Abundaron las flores, los soles, las aves, los árboles y hasta los ríos, pero también hubo quien dibujó un libro como tótem de su personalidad.

Al día siguiente fuimos invitados a la reunión con dos profesionales del Movimiento por la Paz (MPDL)²⁸ que tendrán a su cargo el área de atención sicosocial del proyecto 'Memoria, Comunicación y Territorio'. Julia Cogollo, la coordinadora, explicó **que se harán dos tipos de intervención: sicosocial y de fortalecimiento organizativo**, que incluye atención y acompañamiento a las comunidades de La Bonga (vereda del corregimiento de San Basilio de Palenque) y Capaca (vereda del municipio de Zambrano). Durante la reunión se relató el caso de una localidad en donde la comunidad no revela fácilmente la existencia de su organización debido a la persecución o asesinato de que han sido víctimas sus líderes, pero al Colectivo, debido a la confianza que les genera, si le admitieron tener una organización. Cuando se les preguntó **quiénes pertenecían a esa organización**, la respuesta fue "todos", y quiénes eran los dirigentes la respuesta fue, igualmente, "todos".

Este es el tipo de historias y de anécdotas que viven día a día las personas que trabajan con las comunidades de esta región, y la razón por la cual adquieren un gran compromiso con ellas, como veremos a través de los siguientes relatos.

3.1. Perfil de las personas entrevistadas

- 1 **Andrés Pedraza.** 29 años. Artista y realizador de cine y televisión de la Universidad Nacional. Estuvo un año vinculado al CCMM como facilitador de la Escuela Audiovisual, y como realizador.
- 2 **Beatriz Ochoa Romero.** 56 años. Fundadora y subdirectora de la corporación. Filósofa, dibujante y compositora. Aporta la casa, calcula presupuestos, aceita y pule desde su oficina la maquinaria del Colectivo.
- 3 **Boris Señas.** Comunicador social, sicólogo y especialista en educación, cultura y política. Fundador del Colectivo Montes de María. Actualmente reside en Sincelejo y está vinculado a la Unad.
- 4 **Carmen Cárdenas.** 43 años. Amiga cercana del Colectivo por su amistad con Soraya Bayuelo. Conocida como "la señora Carmen" por su labor como docente de los talleres de alfabetización y capacitación de adultos en El Carmen de Bolívar. Hace parte del Consejo Directivo de la Corporación.

- 5 **José Oviedo.** 24 años. Estudiante de comunicación social. Realizador y Coordinador de la Escuela Audiovisual Cinta de Sueños. Formado en el Colectivo, sueña con ser director de cine.
- 6 **María Eugenia Lora.** 28 años. También llegó al Colectivo con escasos 15 años, y hoy es trabajadora social y coordinadora del Área Pedagógica.
- 7 **Modesta Muñoz.** Educadora. Fundadora del CCMM y miembro del Consejo Directivo.
- 8 **Padre Rafael Castillo.** 53 años. Director de la Fundación Red de Desarrollo y Paz de los Montes de María. Se ha relacionado con el CCMM desde diversos espacios de participación y actividades conjuntas.
- 9 **Rosángela Roncallo Bayuelo.** 20 años. Vinculada desde hace dos años al Colectivo como realizadora audiovisual y facilitadora. Sobrina de Soraya Bayuelo y dueña de un gran carisma.
- 10 **Soraya Bayuelo Castellar.** 52 años. Comunicadora social. Fundadora y directora del CCMM L21. En 2006 fue elegida por la revista *Cambio* como uno de los cincuenta líderes del país.
- 11 **Valeria Eberle.** 34 años. Politóloga, con máster en socioantropología del desarrollo y candidata a doctora en sociología. Tiene a su cargo el Área de Investigación.
- 12 **Wilgen Peñaloza.** 29 años. Secretario del Consejo Directivo del CCMM y coordinador de la estrategia de comunicación en el Cesar. Otro de los cuadros formados en el Colectivo.
- 13 **Iván Álvarez y Geraldine Álvarez.** 13 y 12 años. Miembros del Colectivo de Narradores y Narradoras de la Memoria de San Jacinto, ganadores del segundo lugar en el Festival Audiovisual de los Montes de María 2010.
- 14 **Carmen Cortesano.** 38 años. Lideresa y multiplicadora sicosocial de la comunidad de Villa María, municipio de San Jacinto.

3.2. Modalidad predominante e intención del trabajo

En este Colectivo, la producción radial y audiovisual ha estado siempre asociada a procesos de formación audiovisual, formación en ciudadanía y formación de públicos, lo cual se refleja en sus dos grandes programas bandera: el Cine Club Itinerante La Rosa Púrpura de El Cairo y la Escuela Audiovisual de los Montes de María, con la estrategia Cinta de Sueños. Y, aunque esta última surgió como escuela a partir del Cine Club, es la formación la actividad principal desarrollada por el Colectivo.

En palabras de Soraya Bayuelo, desde su función formativa el CCMM “busca transformar, catalizar, ser un vehículo para crecer, para movilizar, para pensar distinto, para cambiar la vida”.

Mientras que Beatriz Ochoa dice: “Los muchachos son muy gomosos con la técnica y cuando llegaban aquí y veían las cámaras había unos que no querían leer, sino mover botones. Entonces les decíamos: ‘Tú podrás ser el mejor técnico, pero si no eres un mejor ser humano de nada valió que estuvieras aquí’. Porque lo que queríamos lograr desde el primer momento era el desarrollo integral del ser humano.”

Al cabo de dieciséis años, el resultado de esta labor son más de 3.000 los niños, niñas y jóvenes que reconocen su paso por el Colectivo como una experiencia que les cambió la vida, y, aun cuando no hayan continuado en el tema de la comunicación y los medios ciudadanos, muchos de ellos guardan una impronta que los distingue de otros jóvenes de su edad en los Montes de María, lo que se constituye en uno de los logros mejor documentados de este proyecto.

En efecto, son abundantes los testimonios al respecto en los trabajos de Clemencia Rodríguez, Jair Vega y Joyce Sarmiento, quienes han recogido las impresiones de niños y niñas y de muchos padres y maestros.

Aquí resaltaremos dos casos que distan casi diez años en edad y unos cuantos kilómetros de distancia, pero que se identifican como ejemplos de la transformación que puede operar en un joven el contacto con un trabajo creativo y con una información que es útil para su formación como persona. El más antiguo es el de José Luis Oviedo, joven cartagenero que tuvo contacto con el CCMM cuando vivía en la barriada del Nelson Mandela y hoy coordina la Escuela Audiovisual del Colectivo, estudia comunicación social en la Universidad Nacional Abierta y su ópera prima, *Por el billete*, es un cortometraje de impecable factura y tratamiento narrativo.

El más reciente es el de Iván Álvarez, miembro del colectivo infantil de Narradores y Narradoras de la Memoria de San Jacinto, creado en el sector de Villa María, habitado principalmente por familias en situación de desplazamiento. Iván, de 13 años, fue director del corto *Nuestra vida transcurre en colores*, que obtuvo el tercer lugar en el Festival Audiovisual de los Montes de María.

En una reunión que celebramos en el comedor comunitario de Villa María, con Carmen Cortesano como anfitriona, Iván nos contó qué era lo que más le había gustado de la producción del documental:

Poder contar como se fundó todo esto, y fue muy bonito porque nos dimos cuenta [de] que aquí entramos con dificultades, construyendo casa por casa, pero que nos hemos superado, que después de que no teníamos nada ahora ya tenemos casa, tenemos el comedor, tenemos acueducto. Es una experiencia que a algunos niños como nosotros tam-

bién les gustaría vivir, porque coger una cámara y mostrar lo que tenemos aquí es una experiencia muy bonita.

Maribel, su madre, nos resumió así los cambios que ella ha percibido en Iván y en los demás niños y niñas a partir de los talleres y el trabajo audiovisual que han hecho en el Colectivo:

El cambio, para mí, es que ellos tienen metas grandes. Han tratado de llegar más allá. Yo he visto que muchos tienen esas ideas, de seguir avanzando. Para mí es un cambio porque muchos [otros] niños no piensan sino en quedar ahí. Ellos no. Yo los apoyo para que ellos no tengan la mente puesta en otras cosas sino en algo positivo, en algo que sí les va a servir.

Esto es parte de lo que logra el proceso formativo del Colectivo de Montes de María.

3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia estudiada

Recordemos que este Colectivo ha desarrollado su trabajo en un contexto de alta conflictividad, debilidad institucional, depresión económica y crisis humanitaria. En cuanto a El Carmen de Bolívar, que es el entorno inmediato del grupo, la radiografía que hace Boris Señas, uno de los primeros pupilos de Soraya y de Beatriz, es poco menos que desesperanzadora:

136

El Carmen de Bolívar está muy, muy atrasado [...] políticamente la comunidad vive entre la guerra de partidos y de candidatos. El Carmen está fragmentado, cada organización tiene un proceso distinto y no hay una visión unificada, transdisciplinaria, que permita la transformación en lo local. [...]. Se repiten procesos dentro de los procesos.

Y en cuanto al ámbito más amplio, como lo recuerda Valeria Eberle, la de Montes de María es, además, “una región que aparece en el mapa imaginario de la nación a partir del conflicto armado, como sucedió con Urabá y el Magdalena Medio” en los años ochenta y noventa.

Entre el 16 y el 21 de febrero de 2000, a pocos minutos de El Carmen de Bolívar, en el corregimiento de El Salado, un comando paramilitar de 450 hombres torturó, violó y masacró a sesenta personas, en uno de los hechos más crueles que recuerde la historia reciente del país. Uno de los efectos inmediatos fue el desplazamiento de 4.000 personas hacia El Carmen de Bolívar y otros municipios de los Montes de María,²⁹ lo que agravó las condiciones ya de por sí agudas de estas poblaciones afectadas por el conflicto armado interno, y lesionó gravemente el sistema de reproducción simbólica y cultural.

Por ello, la intervención del CCMM en “el territorio” (como suelen llamar los montemarianos a su tierra), ha buscado no solo adaptarse, sino dar respuesta a esa situación con las herramientas de la comunicación, y una de las formas que encontró para hacerlo es ayudando a que no se olvide para que no se repita.

Desde cierta perspectiva, el trabajo desarrollado actualmente por el Colectivo montemariano tiene una dimensión de memoria histórica que involucra procesos de esclarecimiento, justicia y reparación material y simbólica, pero en una perspectiva más amplia, de cultura, identidad y memoria colectiva encontramos que ese trabajo surge no solo como una reacción a la necesidad de justicia y reparación que exigen los crímenes de los grupos armados. La preocupación por la memoria, como lo recuerdan muchos de sus miembros, es anterior al conflicto: “Aquí no se oía una gaita en una emisora, aquí no se escuchaba una décima. Todas esas cosas se habían perdido y eso hace parte de la memoria colectiva”, dice Soraya Bayuelo.

Cuando llegamos al proceso más reciente, iniciado a raíz del convenio con MPDL, CDS, Javeriana y De Justicia, Wilgen Peñaloza precisa el sentido de este trabajo:

Digamos que entre el perdón y la reconciliación hay mucho tiempo todavía y muchas cosas por sanar, pero creo que la comunidad está en proceso, y hacer la memoria, contar lo vivido, sanar lo que ha pasado, creo que es lo que va permitir que algún día esta realidad sea otra.

Por su parte, el padre Rafael Castillo, entonces director de la Fundación Red de Desarrollo y Paz de los Montes de María,³⁰ se refiere así al trabajo que realiza el CCMM en este frente:

Políticamente, yo le veo un gran sentido, en primer lugar porque preservar la memoria es hacer que se conozca la verdad; en segundo lugar, es devolverle la voz a las personas afectadas; en tercer lugar, no creo que preservar la memoria sea perpetuar el dolor, sino abrimos desde la memoria a espacios nuevos de reconciliación y de esperanza para las comunidades.

3.4. Estrategias para dar respuesta a la situación

Las principales estrategias —entre muchas otras— que el CCMM ha puesto en marcha para reflejar, interpretar y darle respuesta a la situación que se vive en el territorio son:³¹

- 1) **La Escuela de Formación Audiovisual Cinta de Sueños**, como estrategia pedagógica y de producción de carácter permanente. Recordemos aquí cómo esta estrategia comienza dando respuesta a una problemática local de El Carmen de Bolívar, y luego se extiende por todos los Montes de María,

Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano

y recientemente llega a las comunidades de la serranía del Perijá demostrando su utilidad en diferentes contextos.

La Escuela promueve la creación y el montaje de historias cotidianas desde una perspectiva que respeta y valora los procesos culturales locales y regionales. A través de una metodología que ellos califican como “transformadora”, los colectivos infantiles y juveniles adquieren herramientas y técnicas del lenguaje cinematográfico para convertir sus relatos en imágenes en movimiento.

Cinta de Sueños ha producido los siguientes trabajos audiovisuales:

- *Estrategia para la promoción y acción de la convivencia pacífica en los Montes de María.*
- *Un minuto por mis derechos*, seriado de quince filminutos sobre los derechos de la niñez.
- *Palabra de mujer: la fuerza y la convicción de la vida en los Montes de María.* Documental de 27 minutos, abordado como ejercicio etnográfico y de memoria social, realizado con 35 mujeres cabezas de hogar, que relatan sus historias de vida y los dramas que vivieron en medio de la violencia.
- *Voces y rostros del territorio.* Documento de denuncia en el que líderes y lideresas contaron cuál era su visión sobre la Ley de Víctimas y Reparación.
- *Memorias del retorno*, que se realizó en El Carmen de Bolívar, El Salado y Mampuján, aborda la pregunta por las garantías y cómo se piensa la gente en el proceso de retorno.
- Una veintena de productos más, que incluye argumentales y documentales producidos por el canal Línea 21 TV y por los colectivos audiovisuales a lo largo de ocho años.

Además, ha llevado a cabo más de 50 talleres teórico-prácticos de formación audiovisual, en los cuales los participantes han diseñado sus cortometrajes, incluyendo vestuario, maquillaje, utilería, ambientación, iluminación, manejo de cámara, guiones y diseño sonoro de las producciones. Ahora el objetivo es consolidar esa Escuela de Producción Audiovisual, hecha sobre la marcha y con mínimos recursos durante dieciséis años de intervención en el territorio.

- 2) **La generación de confianza.** Es una de las estrategias más arriesgadas, pero también más exitosas del CCMM, aplicada desde su escala más pequeña, que es la sede y sus instalaciones, donde poco se usan los candados y seguros porque se parte de la honestidad de propios y extraños, hasta la escala mayor del municipio y el territorio, con propuestas que rescatan la confianza en el vecino, y la posibilidad de compartir la plaza en torno a la luz de una pantalla. Su expresión más lograda es el Cine Club Itinerante La

Rosa Púrpura de El Cairo, que nace en octubre de 2002 como forma de recuperar el espacio público y la convivencia. La proyección de cine y los foros al aire libre retan el miedo y el silencio impuesto por el conflicto, y, además, promueven y fortalecen la formación de público, la movilización social y la reconstrucción de la memoria. Sobre esta experiencia del cine club itinerante, señalan Vega y Bayuelo (2008):

Sus pretensiones han estado orientadas a recuperar la confianza entre los pobladores de la región, para así cimentar un puente entre las generaciones, que garantice el diálogo constructivo entre los habitantes. Así mismo, construir espacios de reflexión entre niños, jóvenes y adultos, que fomenten una cultura de paz y convivencia. Se identificó también como propósito clave promover la integración entre las comunidades desplazadas y receptoras para así viabilizar la construcción social colectiva.

La Rosa Púrpura de El Cairo, ha realizado más de 750 proyecciones gratuitas en 40 municipios de Bolívar, Sucre y en la serranía del Perijá. Un telón, un *video beam*, una planta eléctrica por si no hay luz y una buena película son los ingredientes de este programa, que en agosto de 2006 fue seleccionado por el Banco de Buenas Prácticas del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) como una de las 'buenas prácticas' para superar el conflicto.³²

- 3) **La Formación de Formadores.** El Colectivo señala también como estrategia la conformación de colectivos con población infantil y juvenil y organizaciones de mujeres, con los cuales lleva a la práctica una estrategia de fondo que es la Formación de Formadores, según la cual todo proceso de capacitación deja siempre un grupo de capacitadores que realizan la réplica y multiplican el impacto entre sus comunidades. Prácticamente, todos sus miembros actuales han sido producto de este proceso, que, además, permite la retroalimentación permanente del modelo pedagógico.

Estas estrategias son combinadas con una serie de tácticas de probada efectividad, como son la itinerancia, que les permite "ir, venir y volver, dejando en cada visita un mensaje que invita a las personas a pensar, vivir y reconstruir su territorio";³³ la conexión permanente con la cultura local, que hace más fluida la relación con todos los públicos, el énfasis en los procesos más que en los contenidos, y las visitancias como espacio de retroalimentación.

Todas estas estrategias se han soñado, se han probado, se han enriquecido en la praxis y se han adaptado para responder a las exigencias de la coyuntura política y social del territorio, pero siempre desde esa perspectiva vertebral del Colectivo, que combina la educación, la comunicación y la cultura.

3.4.1 La memoria en el centro de todo

Ya hemos señalado que el rescate de la memoria colectiva y el aporte a la memoria histórica se convierten en centro de las preocupaciones del CCMM desde 2007, y al ser incorporada como prioridad todos los programas del Colectivo se ponen al servicio de este objetivo.

Soraya Bayuelo anota, por ejemplo, que, aún en la época de la violencia más cruda, el canal *Línea 21 Televisión* transmitió en directo varios de los festivales folclóricos de la región, como un recurso para que la gente continuara recordando y continuara narrando. Ahora, cuando estamos en otro momento, “lo que buscamos con la memoria es poder documentar, que esto sirva como un punto de apoyo a los procesos jurídicos de reparación.”

Por su parte José Oviedo recuerda que cuando comenzaron a trabajar con las comunidades en este tema, las condiciones del contexto y el nivel de desarrollo del proceso no permitieron documentar y reconstruir la memoria de las comunidades. Los primeros documentales que realizó Cinta de Sueños con esta perspectiva, narraron situaciones cotidianas, y, en el mejor de los casos, viejos juegos y costumbres olvidadas, pero en este momento hay claridad en las intenciones, lo que permite que el rescate de esa memoria sea más completo, como lo es en los documentales *Capaca, dolor y resistencia*, *Las otras caras de la Luna* y *Herencia despojada*, que debutaron en el festival audiovisual de 2010, dedicado, precisamente, a la memoria.

3.5. La relación con el contexto

Cuando hacia 1997 y 1998 el flamante canal local de televisión comenzó a transmitir en directo los debates del Concejo municipal, los concejales comenzaron a cambiar hasta su presentación personal. Si antes iban a las sesiones con la camisa por fuera y desabotonada, a raíz de las transmisiones de *Línea 21* comenzaron no solo a vestirse mejor, sino a prepararse para debatir los temas y no improvisar ante las cámaras de la televisión local. Esa fue una primera forma de incidencia sobre la realidad de El Carmen de Bolívar, que, unida a otras acciones locales, comenzaron a hacer evidente el poder que tenían los medios y el discurso manejado por el Colectivo de Comunicaciones Montes de María.

Las felicitaciones por parte de un sector de la población no se hicieron esperar, pero, por otro lado, comenzaron a sentirse las presiones y las hostilidades de los políticos tradicionales de la plaza, a quienes no les convenía tener cámaras de televisión cerca de sus componendas ni periodistas que cuestionaran sus acciones y omisiones. Hubo intentos de silenciar a Soraya por medio de prebendas y contratos para sus familiares, pero pronto se dieron cuenta de que esto no funcionaba y ensayaron otras estrategias de amedrentamiento.

Sin embargo, la antipatía de la clase política local pasó a un segundo plano cuando comenzó la guerra y los ataques contra la población civil de los Montes de María. Después del asesinato de Milton Bayuelo Castellar, hermano de Soraya Bayuelo, y de la muerte de su sobrina de 14 años María Angélica Roncallo Bayuelo, causada por una bomba que la guerrilla puso en la plaza del pueblo, el ambiente en El Carmen de Bolívar llegó a ser tan opresivo y amenazante que las fundadoras del Colectivo tuvieron que salir de allí por un tiempo. Muchos jóvenes también se fueron con sus familias, y gran parte de las actividades se suspendieron o fueron reducidas al mínimo en los municipios donde todavía se podía ir. Porque llegar sanos y salvos a cualquier parte era como ganarse una lotería, recuerda Beatriz Ochoa.

Rosángela Roncallo, una de las más jóvenes facilitadoras del Colectivo, hermana menor de la joven que murió por la bomba, reflexiona y expresa así su punto de vista:

Tú crees que cuando el conflicto no te ha tocado directamente entonces no haces parte del conflicto, pero en todo este proceso de memoria te das cuenta que sí haces parte del conflicto, que haces parte de esta realidad porque haces parte de Colombia, y porque haces parte de los Montes de María.

Wilgen Peñaloza, quien llegó a los 16 años al Colectivo y hoy coordina la estrategia de comunicación para el programa de 'Desarrollo y Paz' del Cesar, considera que la respuesta del Colectivo a esas realidades que se dan en el territorio es la incidencia política directa, independientemente de que lleve a cabo procesos con las comunidades, "porque creo que nuestra parte es incidir en lo público para que las comunidades, con el tiempo, puedan ver que algunas cosas son posibles, y [para que] esto les sirva para seguir haciendo esa incidencia".

María Eugenia Lora, producto de la tercera promoción de jóvenes formados en el Colectivo, también cree que el tema de la visibilización, de la incidencia política y de la movilización social en torno a la memoria, asociadas a la lucha por la verdad, la justicia y la reparación, los ponen de lleno en el ámbito de lo político: "En este sentido, la memoria ha estado muy cerca a esa apuesta política que en este momento tiene el Colectivo y que comienza a ser más concreta".

El trabajo que ha hecho el Colectivo en El Carmen de Bolívar en materia de movilización y educación tiene más de diez años, y Soraya Bayuelo cree que ha sido reconocido por las comunidades, como lo ha sido el acompañamiento a la gente de El Salado y de Macayepo en su proceso de retorno, lo mismo que su papel en la Mesa Regional de Derechos Humanos, donde viene haciendo desde hace más de cinco años una labor de promoción, educación y exigibilidad de los derechos de las comunidades. Este es su análisis sobre esa relación de doble vía entre el Colectivo y el lugar que lo vio nacer:

Creemos que la filosofía, el pensamiento y la visión del Colectivo han contagiado a jóvenes y niños de este municipio. Nuestro equipo de facilitadores y muchas y muchos de los que han pasado por aquí son hijos de El Carmen de Bolívar, y sus núcleos familiares, de alguna u otra manera, se ha visto transformados. Por eso creemos que la comunidad reconoce y aplaude la labor del Colectivo, y algunos han expresado que se sienten honrados y orgullosos por el reconocimiento de este trabajo a nivel nacional e internacional.

Yo veo la relación del Colectivo con El Carmen de Bolívar de mucha fraternidad, sentido de pertenencia, arraigo por esta tierra y muchos deseos frustrados también en la medida que no podemos llegar a toda la comunidad, como antes lo hacíamos con el canal o los programas de radio. Antes llegábamos con nuestra filosofía y pensamiento a la comunidad, y esas acciones eran retroalimentadas por ella; ahora es más difícil, pero le seguimos apostando a la transformación a través de la Escuela Audiovisual y [de] la de Narradores y Narradoras de la Memoria.

Ahora bien, las interacciones del CCMM con el contexto no se agotan en sus relaciones con El Carmen de Bolívar y su entorno inmediato. Lo regional y lo nacional también ocupan un lugar en el quehacer de la organización. Veamos cómo percibe el padre Rafael Castillo la labor desarrollada por el 'Cole' en su terruño y más allá de él:

Yo veo el trabajo del Colectivo de Comunicaciones Montes de María en una triple dimensión: en primer lugar, es una institución que logró hacer de la comunicación una oportunidad para que las personas se encontraran y se pusieran a conversar en medio del conflicto armado, que es como decir que la gente sale detrás de su propio miedo y encuentra la palabra como un puente civilizado y empieza a conversar, porque lo primero que nos hizo la guerra fue quitarnos la posibilidad del encuentro y reducirnos la palabra [...]. Eso es lo primero que yo resalto. Lo segundo es el enfoque del quehacer comunicacional en una perspectiva de convivencia y de paz, es decir: la comunicación hace posible que a una comunidad se le consulte, se le informe, pero, sobre todo, que la comunidad delibere. En materia de convivencia y de paz esa es una cuestión fundamental, y en Montes de María le reconocemos eso al Colectivo, y fue una de las grandes razones por las cuales fueron merecedores al Premio Nacional de Paz. Y lo último es lo que le ha dado crecimiento al CCMM, y que ya no es un patrimonio de El Carmen de Bolívar ni de Montes de María, sino del Caribe y de la nación: es que lo que hace tiene utilidad social y no depende del tiempo de la cosecha, sino de la necesidad de la gente y donde se necesite hay que llevarlo. Creo que ese es el valor agregado que tiene el Colectivo.

3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado

Actualmente, el CCMM mantiene interacciones muy frecuentes y activas con redes sociales en el territorio, con entidades públicas de orden regional y con

agencias de cooperación internacional, pero estas relaciones con unos y otros —interlocutores, aliados o cómplices— no han sido siempre fáciles ni fluidas. Algunas respuestas de sus integrantes al preguntarles sobre este punto así lo indican:

... nosotros tuvimos una experiencia con Fonade que nos hizo dejar de trabajar un tiempo con el Gobierno. Ahora no queremos nada que tenga que ver con Fonade [...] eso es lo peor del planeta. Mucha burocracia y concentración del poder.

La relación política con los financiadores es un sufrimiento permanente por la diferencia de visión de las cosas. Ellos crean muchas agendas desde sus contextos, y así las quieren replicar en los contextos nuestros sin tener en cuenta nuestros ritmos y sin escuchar muchas veces a las comunidades; hemos tenido que argumentar y negociar horizontalmente en la mesa para poder llegar a acuerdos para trabajar juntos.

El Colectivo no es el tipo de organización que responde fácilmente a una convocatoria abierta. El Colectivo trabaja con la gente que cree en él porque admira su trabajo, porque le parece bello, porque le apuesta y porque es mucho más flexible.

En los últimos años se ha impuesto la necesidad de concertar para lograr el acceso a recursos y la participación en proyectos estratégicos para la misión del Colectivo. Sin embargo, si bien se ha entrado por el aro de los requisitos y los procedimientos obligatorios de las agencias de cooperación, no todo es negociable. Hace unos años, el Colectivo rechazó un proyecto de la agencia de ayuda de los Estados Unidos por no compartir ciertos criterios de la ejecución, y en otros casos ha dado la pelea para obtener mayor autonomía e incidencia en la formulación o ejecución de los proyectos. Pero entre la autonomía y la sujeción a las normas ha ido aprendiendo, y hoy es quizás la única organización no gubernamental del país que ha logrado la aprobación de un proyecto por ocho años seguidos por parte de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, la famosa AECID, una de las más exigentes con el cumplimiento de los requisitos. Todo esto ha sido posible por la madurez para asociarse con otros y por la alianza estratégica que suscribió con las copartes MPDL, CDS e ILSA.

Soraya piensa que han superado una gran prueba en materia administrativa:

Nunca habíamos tenido la contabilidad tan al día. Todos los proyectos van ahora en comunión con el contador y la administradora. Eso es parte del momento de madurez en que estamos, en el que cada área está haciendo lo suyo. Este proyecto, por ejemplo,³⁴ nos sirvió mucho porque así como nos exigía así aprendimos. Con las tres auditorías que nos hicieron y con todo lo que nos exige la normativa europea aprendimos mucho, por eso creo que de aquí para adelante podemos mejorar sustancialmente. Y yo te digo una cosa: puede que no seamos un engranaje perfecto, puede que aún tengamos muchas carencias, pero cuando

vamos a hacer una vaina grande parece que todo el mundo se pusiera de acuerdo para que salga bien.

La lista de instituciones, programas o redes con las cuales el CCMM ha tenido relación en sus dieciséis años de labores llega a veintiséis; trece de ellos son del nivel nacional, ocho del ámbito regional y cinco de cooperación internacional.

Además de las alianzas, convenios y proyectos relacionados con su gestión, el Colectivo es uno de los 25 nodos del Sistema de Información para la Paz (Si-paz), y actualmente lleva la Secretaría Técnica de la Mesa Regional de Derechos Humanos.

3.7. La relación con el público

Si bien es cierto que el público, o, más exactamente, los públicos, son la piedra angular de cualquier experiencia de comunicación, sea de producción audiovisual, formación o circulación, en este caso son muchos y dispersos los públicos a los cuales llega el Colectivo de Montes de María, y rara vez tienen el papel de receptores pasivos. Se trate de niños y niñas, jóvenes, mujeres o campesinos, estos son, a la vez, partícipes de un proceso social y cultural, o espectadores activos a quienes se les facilita una experiencia distinta de acercamiento a lo audiovisual.

144

Por una parte, cada cinta proyectada por La Rosa Púrpura de El Cairo tiene un sentido y una intencionalidad que busca estimular una reflexión, movilizar emociones o proponer nuevas miradas sobre la realidad, y, por otra, cada contacto entre las poblaciones y el equipo de trabajo está mediado por una relación de afecto y confianza, como lo describen estos testimonios de Rosángela Roncallo, José Luis Oviedo y María Eugenia Lora:

Las comunidades terminan “tramadas” porque nosotros no somos la institucionalidad sino que llegan Andrés, Jose o Rochy; llegan los del ‘Cole’ y eso nos hace mucho más fácil el trabajo con ellos. Ellos se entregan justamente porque nosotros nos entregamos a ellos.

Uno adquiere esa empatía con la gente, y uno trata a nivel institucional, pero también personal, de apoyarlos en lo que están pidiendo o en el proceso de ellos de fortalecerse, de pensar en su desarrollo.

Se relaciona con el hecho de tener una meta, de establecer un proceso de producción que genera un logro a través de la organización. Además, les hace sentir ese potencial para hacer, para crear, y esto les brinda autoconfianza, eleva su autoestima y les enseña que si se puede hacer un documental se pueden hacer otras cosas.

Algunos de estos testimonios, y otros que no incluimos por razones de espacio, nos indican que pareciera no haber distancia entre el público y *los del 'Cole'*, como si en ocasiones se borrara la frontera tradicionalmente existente entre los agentes que ejecutan un proyecto y las “comunidades receptoras” de esa intervención. Siguiendo con la metáfora de La Rosa Púrpura de el Cairo, es como si *los del 'Cole'* se salieran de su papel en la película y bajaran a mezclarse entre la gente.

3.8. Factores de éxito y dificultades

Llegamos aquí al momento en que intentamos identificar con sus principales gestores y gestoras aquellos factores o elementos que constituyen lo que podríamos llamar las claves del éxito de esta experiencia, así como las debilidades o dificultades de las cuales puedan extraerse también enseñanzas y reflexiones útiles para otras organizaciones o colectivos audiovisuales de la región Caribe o del país.

Beatriz Ochoa ubica el éxito en la filosofía que comparten Soraya y ella:

Creo que es lo que ha hecho que esto se sostenga y que haya tenido éxito. Nosotros en algún momento le dimos hasta la metodología a alguien que vino aquí y quería que lo asesoráramos, pero no le funcionó igual, por eso pienso que si bien la metodología es importante, sin esa filosofía, sin ese impulso interno, esto no funciona igual.

Soraya Bayuelo identifica tres factores clave de éxito, el primero de los cuales es, justamente, de carácter filosófico: “Somos consecuentes con lo que decimos. Esa es una postura de vida y lo que dijimos desde que concebimos esto es que tiene que ser útil para otros. El segundo es la mirada de la comunicación: un enfoque de cambio social en un marco de comunicación, educación y cultura. Y, el tercero, la metodología desde lo lúdico”.

Para María Eugenia Lora, o ‘Mayito’, como mejor la conocen, el éxito del Colectivo reside en su capacidad de compromiso: “Yo creo que uno de los factores que hacen que las cosas que hacemos tengan ese impacto es el trabajo comprometido que se hace con la gente. Y, por otro lado, la búsqueda de herramientas pedagógicas para que la gente se apropie de ese lenguaje”.

Su madre, Modesta Muñoz, otra de las fundadoras y apoyo incondicional del grupo a lo largo de los años, considera que las claves están en “la confianza que se les brinda, la horizontalidad con que se trabaja, y la fraternidad que hay entre todos”.

Wilgen Peñaloza considera, por su parte, que la humildad de su personal juega un papel central en el éxito de la experiencia, porque no hace las cosas por obtener protagonismo, sino por la pasión de “aportarle a una sociedad más justa,

más incluyente, mas democrática, con múltiples voces en el escenario de lo público. Lo otro es la constancia que hemos entregado al movimiento como individuos”.

Para Valeria Eberle ha sido clave la capacidad de lectura estratégica del contexto, que le permite al Colectivo identificar cuáles son los temas de la agenda pública, adaptarse a esos temas y hacer valer su trabajo y su perspectiva negociando con los distintos intereses que hay sobre la zona. También menciona Valeria el hecho de que el Colectivo ha ido volviéndose ambicioso en sus metas y creando capacidad en el camino.

“El éxito del Colectivo está en que no es una organización que ejecuta proyectos, sino que adelanta procesos”, opina José Luis Oviedo, mientras que Andrés Pedraza resalta que este Colectivo sea formador de formadores porque esto es muy importante para la continuidad de esos procesos en el tiempo.

Otras personas mencionaron también como factor de éxito la vinculación de jóvenes y niños/as al proceso desde sus inicios. Boris Señas coincide en esto, pero subraya también la programación que se emitía por el canal, que era de la comunidad, con la comunidad y para la comunidad. “El contenido, los temas, la participación de jóvenes y la vinculación de todos a esos procesos fueron algunas de las grandes herramientas. Todo eso hizo que el Colectivo se conociera y que la experiencia fuera impactante”.

Si bien es cierto que todos estos factores que mencionan sus integrantes han contribuido a la aceptación y a los resultados del CCMM, creemos que en esta experiencia hay cuatro elementos específicos que han jugado un papel clave en su consolidación y posicionamiento:

1. La conjugación acertada de la comunicación para el cambio social con el ingrediente formativo y cultural. Esto les ha permitido, por un lado, “ser útiles” en la medida en que la formación transforma individuos y comunidades, y, por otro, sintonizarse con el entorno desde su mismo lenguaje, cultura y sentimientos.
2. La metodología lúdica de formación, que, como señala María Eugenia Lora, les facilita a las personas la apropiación del conocimiento, del lenguaje oral y escrito y de las herramientas de la comunicación audiovisual.
3. El énfasis en la generación de procesos: de aprendizaje, de participación ciudadana, de producción y de acompañamiento a las comunidades en la reivindicación de sus derechos. Esta es una característica que va unida a otras como el compromiso y la constancia, mencionadas por Lora y Peñaloza, ya que la apuesta por procesos de largo aliento exige de estas cualidades.
4. La capacidad de lectura estratégica y la adaptación al contexto, que no son frecuentes en las organizaciones sociales, y que a este Colectivo le ha per-

mitido, por ejemplo, incursionar en el terreno de la memoria e incorporar en su trabajo el enfoque de género y de derechos humanos, que han sido fundamentales en los procesos de incidencia política que actualmente desarrolla.

3.8.1 Las dificultades

La organización misma, en la encuesta diligenciada para esta investigación, encuentra en la falta de recursos económicos y de equipos de producción y posproducción las dificultades más importantes para cumplir su tarea. Posteriormente, en el curso del estudio les pedimos a cada uno de sus miembros que identificara aquellas dificultades o debilidades que a su juicio estuvieran comprometiendo la buena marcha de los proyectos o la estabilidad de la experiencia.

Como resultado de esas indagaciones, encontramos tres grandes tipos de dificultades en el CCMM: las de sostenibilidad, que llegan a afectar la capacidad técnica de la organización en la medida en que no haya recursos para la compra de equipos; las de orden organizativo interno, que se pusieron en evidencia con la ejecución de los proyectos grandes de los últimos dos años; y las relacionadas con el liderazgo.

Para Soraya y Beatriz la mayor debilidad del Colectivo está en la carencia de una fuente de sostenibilidad que le permita romper la dependencia de los proyectos. “Necesitamos esa sostenibilidad y un equipo de profesionales para que fortalezcan el semillero de cada una de las áreas”, dice la directora del Colectivo, mientras que la subdirectora recuerda la época en que el canal les daba para todo lo que necesitaban, y cuando no había proyectos seguían trabajando con el dinero que producía *Línea 21 Televisión*. Pero ello dejó de ser así, las deudas comenzaron a ser mayores, el canal se cerró y esa es hoy una gran debilidad.

María Eugenia señala, a su turno, tres dificultades: la falta de sistematización, el hecho de haber perdido el canal y la necesidad de definir más claramente las labores y responsabilidades. En la misma dirección que señala María Eugenia, Valeria agrega “la convivencia con la informalidad en los procesos” y la falta de rigor para organizarse internamente, mientras que Wilgen la define como una deficiente capacidad administrativa.

José Oviedo, por su parte, señala una debilidad interna en relación con el manejo del personal. Él piensa que el equipo de trabajo tiene que crecer, pero no por la necesidad de suplir un vacío temporal como ha sucedido en forma recurrente, sino “pensado estratégicamente”, como él lo expresa, explicando que la movilidad interna y los ascensos deben estar en función de las capacidades e intereses de las personas y de los fines estratégicos del Colectivo.

En segundo lugar, siente que “hay una deuda pedagógica en relación con la metodología, pues se ha trabajado en la estrategia de Cinta de Sueños, pero todavía no hay una conceptualización de eso”. Por último, señala como otra dificultad la falta de infraestructura y de equipos de producción.

Paradójicamente, una de las fortalezas más visibles del CCMM hacia afuera, como es el liderazgo de su directora, comienza a percibirse hacia adentro como una dificultad.

“Yo creo que un punto débil es cómo se maneja lo del liderazgo versus la colectividad”, dice uno de los muchachos de la Escuela Audiovisual.

También Boris Señas relataba en su entrevista cómo en un momento dado del proceso la organización era asimilada a la figura de Soraya Bayuelo, quien ha estado siempre en la esfera pública. “Al punto que la gente decía cuenta Boris ‘cada vez que veo a Boris, veo a Soraya’”. Andrés relató un episodio similar ocurrido más recientemente, cuando en una visita a la cantadora Petrona Martínez esta le decía: “Yo no me sé tu nombre, pero yo siempre te he visto como el hijo de Soraya.” A pesar de esto, la gente de la región también los reconoce como parte del Colectivo, lo cual es reforzado por el sentido de pertenencia que todos y todas tienen con la organización.

Valeria Eberle, con la mirada que le da su formación en socioantropología, piensa que el Colectivo tiene unas prácticas y unas líneas de dirección que vienen de un matriarcado profundamente arraigado. Es decir, que su estructura y sus dinámicas de relacionamiento reflejan una cultura y encarnan unas formas sociales muy propias de la región Caribe. Anota Valeria:

El Colectivo encarna la cultura de la región, y la persona que lo representa encarna simbólicamente un arquetipo, que es un poco el de la cacica: la persona que todo el mundo conoce, que la gente quiere porque ella se preocupa por la salud de todos, que conoce la historia personal de cada uno, y eso es una fortaleza, pero también una debilidad. Es fortaleza porque lo blinda, porque es difícil hacerle daño al Colectivo en ese contexto, pero, al mismo tiempo [...], las dinámicas laborales terminan estando asociadas a la jerarquía que viene del amor, del afecto, del lugar maternal de la tía Sora, pero también del mismo tipo de autoritarismo que se vive en las familias de la región.

El tema se ha puesto sobre la mesa en diferentes ocasiones y se ha discutido en qué medida la región está acostumbrada a valores culturales que han surgido en el cacicazgo, y cómo se trata de una práctica política que hay que estudiar para que no se convierta en pretexto para confrontar la figura del líder o lideresa al concepto de Colectivo.

Ese peligro, sin embargo, puede estar conjurado en la formación que han recibido los nuevos cuadros del Colectivo en la última década. Modesta Muñoz lo cree

así: “Entre el personal que se ha formado hay chicos que tienen clara cuál es la misión del Colectivo, y sería cuestión de dejar que sean ellos quienes estén al frente. Pienso que realmente se ha sembrado en tierra fértil, y los que están allí no están pensando en intereses particulares, sino en la gente; la mayoría tiene eso claro”.

■ 4. Análisis del caso

El análisis de este caso no puede comenzar sin remitirnos de nuevo al entorno social y político en que se da esta experiencia. Porque el CCMM surge con todo en contra, y, paradójicamente, con todo a favor.

Recordemos aquí el diagnóstico de los Montes de María a partir de la entronización de la guerra: “... desestabilización del sistema democrático a nivel local [...] miedo y desconfianza en la función representativa y participativa [...] relacionamiento negativo con la institucionalidad formal por parte de la población civil [...] reducida posibilidad de liderazgos legítimos y coherentes con las demandas de las comunidades...”³⁵

Este era el ambiente en contra, pero, en cambio, tenían a su favor la respuesta de la gente a las convocatorias, el entusiasmo y la confianza de las comunidades que visitaban (que conocían y a lo mejor agradecían la independencia del Colectivo frente a la clase política de la región), y, por supuesto, el carisma y el liderazgo de Soraya Bayuelo y de Beatriz Ochoa³⁶.

Es como si las difíciles condiciones del territorio hubiesen activado unas potencialidades de adaptación y resiliencia que quizás estaban desde siempre en las comunidades, y estas acogieron la propuesta de resistencia cultural, de imaginación y de creatividad que el Colectivo les presentó desde aquel primer curso de periodismo en la Casa de la Cultura de El Carmen de Bolívar.

Esta experiencia, al retar y estimular los estudios de la comunicación, pone en juego conceptos como el de ciudadanía, redefinida por Chantal Mouffe, no como aquella que es otorgada por una institución formal, sino determinada por la experiencia.³⁷ El modelo pedagógico puesto a prueba por el Colectivo parecería ilustrar ese nuevo sentido de la ciudadanía, según lo han explicado Rodríguez y otros investigadores, mientras que sus efectos en términos de construcción de imaginarios merecen estudiarse con las categorías y conceptos introducidos por García Canclini o Martín-Barbero.

Las dos mujeres se dieron a la tarea de crear una emisora y un canal local de televisión a través de los cuales, bajo las premisas de la comunicación para el cambio social, ayudan a la gente a conocer sus derechos como niños, como mujeres, como jóvenes, y, por ende, como ciudadanos y ciudadanas. Unos medios que les han enseñado cosas sobre su cultura, sobre el respeto a los demás,

sobre la naturaleza, pero de una manera divertida que les ayudan a recordarlo fácilmente. Ese fue su sueño inicial (e iniciático). Como dijo Soraya Bayuelo: “Algo útil para la gente”.

La guerra existía, claro, en el recuerdo de los abuelos, quienes, tal vez, habían participado o escuchado acerca de la guerra de los Mil Días. Existía en los ecos del 9 de abril en la memoria de los padres; en la horrible Violencia de los años cincuentas, cuando la dimensión de los odios vertidos por los partidos Liberal y Conservador acuñó la Violencia, con mayúscula, como una categoría histórica. Existía, por supuesto, en las masacres de finales de los años ochenta en todo el país, perpetradas sobre campesinos, indígenas y afrocolombianos, muchas veces por fuerzas oficiales o escuadrones de la muerte. Pero hubo unos años de paz tras la entrega de las armas del M-19, el PRT y el EPL. La guerra parecía haber quedado atrás.

Luego, cuando el Colectivo daba apenas los primeros pasos, se encontró de frente con el drama del conflicto, y entonces trabajó, no para neutralizarlo, sino para resistir y poner un grano de arena en la restauración de las heridas que causaba en el alma de los montemarianos.

Entre esas energías encontradas, creció y se consolidó una experiencia excepcional de comunicación, cuyo impacto es y seguirá siendo objeto de estudio por académicos de la comunicación y de otras disciplinas sociales, por respuestas como la de Iván Álvarez cuando le preguntamos qué era lo que más le había gustado de hacer el documental.

150

Hemos escogido tres preguntas que nos guiarán en el análisis:

4.1. La primera: ¿Cómo lo lograron en medio de tanta dificultad?

Aquí entran en juego eso que llamamos las claves del éxito, que arrancan, sin lugar a dudas, con la filosofía que mencionó Beatriz Ochoa (filósofa, al fin y al cabo); siguen con el enfoque de comunicación, la metodología lúdica y la consecuencia con los principios, que citó Soraya; y luego con la capacidad de compromiso que recordó María Eugenia, y con la habilidad para leer el contexto, que anotó Valeria, que, si recordamos el caso del Colectivo Zhigoneshi, de la Sierra Nevada de Santa Marta, tienen que ver con esa capacidad no solo de adaptación, sino de respuesta a ese contexto. La forma que se escoge para esa respuesta —o propuesta— frente a lo que plantea la realidad ya es cuestión de opciones y estilos de gestión.

Otro importante factor mencionado como favorable fue la generación de procesos más que de proyectos, como bien lo señaló José Oviedo, y es que en verdad el CCMM no habría obtenido los resultados que hoy muestra si no hubiera tenido esa perspectiva de largo aliento, como lo exigen los cambios culturales:

la recuperación de la autoestima, la generación de confianza, la formación, la producción de nuevos imaginarios, la construcción de discursos, todo ello ha sido logrado a lo largo de un proceso que completa dieciséis años.

Los resultados llegaron también por las estrategias escogidas: 'Pedagogía para la paz', con todo su trabajo en derechos humanos, convivencia y participación ciudadana, y 'Comunicación para el cambio social', con los contenidos específicos de producción mediática y formación de públicos, que ya vimos en el estudio del caso. Memoria y territorio, en la perspectiva histórica que tiene el trabajo desarrollado actualmente por el Colectivo, llegó después, a partir de la aparición de políticas públicas, leyes y mecanismos institucionales creados para cumplir la obligación estatal de atención y reparación a las víctimas del conflicto armado (2005), pero recordemos que la memoria, en su dimensión cultural, ya se había comenzado a insertar en los procesos de formación y producción.

Finalmente, aunque no menos importante en el análisis de los factores de éxito, es el papel jugado por Soraya Bayuelo como representante-vocera-embajadora del CCMM en los espacios de gestión, negociación o consulta en que participa el Colectivo, como la Red Nacional de Comunicadores, la Red de Radios Comunitarias, Sipaz y la Mesa Regional de Derechos Humanos, por citar solo algunos. Como señala Valeria Eberle, Soraya es una persona que "no tiene la nariz metida únicamente en los Montes de María; ella entiende la agenda pública, y cuando uno entiende la agenda pública sabe cuál es el valor que tiene su trabajo y sabe negociar con lo que uno hace y ponerlo en esa agenda. Eso se llama hacer incidencia".

En su opinión, Soraya ha sabido posicionar los temas que interesan al Colectivo, le da valor a su trabajo y hace una lectura lúcida de los intereses nacionales sobre la zona. Un ingrediente adicional sería el valor que se le da al hecho de adelantar procesos de formación, "porque este es un país que le apuesta a la educación moralmente, pero no económicamente, por lo que no hay mucha coherencia entre el valor que se le da en términos de inversión y el valor en términos de imaginario", puntualiza Valeria.

Como vemos, en el caso del CCMM el éxito alcanzado en medio de un contexto tan adverso es el producto de una rica y compleja combinación de factores, entre los que se mezclan las apuestas filosóficas, metodológicas, personales y políticas con una acertada lectura del contexto y de las agendas regionales y nacionales.

4.2. La segunda: ¿Hasta dónde ha llegado su influencia?

Hasta 2006, el ámbito de acción del CCMM era la subregión de los Montes de María, con alguna actividad en Cartagena durante 2003 y 2004. En 2005 se vin-

cula al programa de 'Promoción de derechos y redes constructoras de paz', para el desarrollo de la 'Estrategia de información, educación y comunicación', que se desarrolla en Turbana, Turbaco, Arjona, Mompos, Talaigua Nuevo, Magangué, Margarita y San Fernando, es decir, en un radio mayor al de Montes de María, pero aún dentro del departamento de Bolívar.

En 2008, el CCMM ingresa como socio del MPDL, CDS, Universidad Javeriana y De Justicia para el proyecto de atención a víctimas en los Montes de María y en la serranía del Perijá, proyecto que va hasta 2011, pero en 2010 se compromete con el diseño e implementación de la estrategia de comunicación del programa de 'Atención integral a víctimas del conflicto y reintegración comunitaria del Cesar (Pavirec)', en veinticinco municipios de ese departamento, mediante un contrato suscrito con el programa de 'Desarrollo y paz del Magdalena medio' a través de la Oficina de Paz de la Gobernación del Cesar. Adicionalmente, suscribe un contrato con la Pastoral Social de la Diócesis —también mediante convenio con la Gobernación del Cesar— para implementar otra estrategia de comunicación para el cambio social y conformar la red de comunicadores sociales y comunitarios del programa de 'Desarrollo y paz del Cesar'. Esto implica para el Colectivo cubrir un radio de acción tanto o más amplio que el que había atendido hasta entonces en los Montes de María, lo que le permite probar su metodología en otras zonas de la región Caribe.

Son experiencias en curso o de culminación muy reciente, que la organización aún no ha terminado de procesar, sobre la cual habría que detenerse para una evaluación más detenida que dé cuenta de los efectos y los aprendizajes tanto para las comunidades participantes como para el Colectivo, ya que no son pocas las exigencias que estos compromisos le han planteado en términos administrativos y organizativos. Soraya Bayuelo señalaba cómo la ejecución de estos proyectos les ha obligado a tener un área contable y financiera mucho más organizada de lo que habían tenido hasta entonces, pero también es inevitable que el equipo resienta la carga adicional de responsabilidad y, alguien alcanzó a decirlo, el descuido del trabajo en los Montes de María.

Por otra parte, el Colectivo tiene la particularidad, como dijo Jair Vega, de convocar muchas energías, tanto internas como externas, y parte de ello tiene que ver con un espíritu de hospitalidad que invita a otros, pero que también se atreve a salir, y regresa. El Colectivo suele quedarse en las personas, y estas lo llevan consigo a donde van, como si fueran parte de su vida. Wilgen Peñaloza, quien se formó en el Colectivo, salió a trabajar con la Presidencia de la República y regresó a coordinar un proyecto, o Leonarda De la Ossa, surgida del colectivo infantil de El Carmen de Bolívar, actual estudiante de Antropología en la Universidad Nacional, son dos de los muchos ejemplos que podrían citarse en este sentido.

Entre los invitados que han concurrido a la gran mesa de 'Chichi' y Beatri, y han tomado jugo en la caseta de Isma, están Jeannine El Gazi, Amparo Cadavid, Tatiana Duplat, Ana María Echeverry, Víctor Gaviria, María Emma Wills, Carmenza

Gómez y Marta Rodríguez, por citar solo a los más recientes. Todos y todas han enseñado y aprendido en la escuela sin paredes de los Montes de María, que hoy extiende su influencia más allá del mapa montemariano.

4.3. La tercera: ¿Hacia dónde se dirige?

Todo rumbo es incierto en estos tiempos. Las hojas de ruta rápidamente se desactualizan. Los cronogramas se hacen trizas. Los conceptos, incluso, sufren verdaderas mutaciones. Tendremos que pensar de nuevo en el escenario real, material, concreto, que se presenta en “el territorio”. La Ley de Justicia y Paz y sus normas reglamentarias apenas comienza a aplicarse en Córdoba, Sucre, Bolívar, Cesar, Magdalena y La Guajira, pese a que la ley tiene cinco años de expedida. Habrá que ver si todo ello se traduce en una verdadera aclimatación de la paz, producto de un proceso de justicia y reparación. Se esperaría una mejora en las condiciones de vida de estas poblaciones, al ponerlas a tono con las mejores del país en cuanto a servicios básicos, salud, educación y desarrollo sostenible. Por lo pronto, a finales de 2010, la CNRR entregó en la región el informe sobre tierras de Sucre, Córdoba y parte de Bolívar, y las élites de la región —no las políticas ni las intelectuales— parecen darse por enteradas, a diferencia del movimiento social, donde tantas personas participan como directas afectadas.

El Colectivo de Comunicaciones que hemos estudiado está en medio de ese proceso asumiendo dos roles simultáneos: el de la organización social que trabaja con las comunidades de base y por hacer realidad el Derecho a la Comunicación, y el de la organización no gubernamental, que ejecuta proyectos para la construcción de medios ciudadanos y de procesos de formación y de creación audiovisual que recogen ese derecho.

Al menos en los últimos doce años el Colectivo ha sido una organización de gestión, y hoy goza de la imagen de ONG cualificada que negocia de tú a tú con las agencias de cooperación internacional, y tiene un récord poco común de premios, becas y reconocimientos de diverso tipo. En el medio audiovisual se reconoce como gran formador de públicos y de realizadores, así como autor de las mejores producciones comunitarias; y entre las asociaciones de base de los Montes de María se le conoce como la organización que siempre está acompañando sus luchas y sus procesos frente al Estado.

Valeria Eberle, gracias a su formación doctoral en sociología, observa “una tensión entre la lógica política del movimiento social, del cual el Colectivo es parte, y la lógica administrativa y económica de las ONG”. Ser una organización social y trabajar con las comunidades de la región es estar inmersos en la discusión sobre el papel de los movimientos sociales, y, por ende, en la (geo) política de la región.

María Eugenia Lora sabe que el trabajo de visibilización, de incidencia política y de movilización social que están haciendo en torno a la memoria a partir de lo audiovisual les da un carácter de actores políticos, y ella lo asume con total propiedad sin enfatizar este aspecto por encima del comunicacional, por lo que es oportuno y pertinente preguntarse hacia dónde apunta la acción del colectivo.

Soraya Bayuelo evalúa así el momento actual del Colectivo:

Yo pienso que el Colectivo ha llegado a una etapa de madurez. Como que apartó los ruidos y se concentró en lo esencial de esto, que es cambiar la vida de los demás, hacer algo concreto cuyo impacto se note. Eso es memoria histórica, memoria política, memoria cultural, memoria social. ¿Lo lograremos? Ojalá en cuatro años podamos contarles que hubo un caso piloto de reparación en el que estas imágenes y testimonios fueron tenidos en cuenta. Ojalá logremos convencer a los compañeros juristas de que vale la pena usar esta metodología en este tipo de esfuerzos, aun cuando se demore un poquito más. Creo que eso aportaría, como ha venido aportando en estos tres años, a un proceso de sanación, de catarsis, que no se quede solo en lo sicosocial como algo clínico, sino que vaya más allá en el espíritu, que vaya más allá en la vida.

Seguir avanzando en ambos caminos sin morir en el intento será uno de los retos del Colectivo en los años que vienen, ya que también está de por medio la sostenibilidad de *esta empresa social*, como la definió Wilgen Peñaloza en nuestra breve charla.

154

Por último, parece estar en curso una reflexión entre sus miembros en torno al dilema liderazgo versus colectividades, el cual ya comenzó a ser abordado desde su dimensión cultural. Entre tanto, sigue su marcha la tarea de construcción de un nuevo liderazgo que comparta la misma filosofía y asuma el compromiso que implica el trabajo con comunidades.

Interrogada sobre su condición de lideresa, Soraya Bayuelo afirma que es consciente de la necesidad de preparar el relevo:

... formar formadores no es más que eso: ir entregando la posta. De hecho, uno de los compromisos que tienen los chicos es que cada uno en la medida en que va andando debe entregarle su conocimiento a alguien. Así, ahora es la misma gente que se ha formado en el Colectivo la que tiene los cargos claves de áreas muy importantes. Eso es relevo y eso es delegar con confianza en el otro. Y así se hace con los niños más pequeños de los colectivos infantiles, que a medida que van pasando a pre juveniles y juveniles se van formando con ese estilo, y ahí está el resto de la planilla: un Jose, un 'Cochy, una Yina, un Jorge, y yo creo que a unos más que a otros se les nota la integralidad del pensamiento, del discurso y de la práctica.

Y como la “mochila de sueños” nunca está vacía, ahora están embarcados en montar diez centros de producción audiovisual en diez municipios de la región y un Museo Itinerante de la Memoria. Esperan turno el canal por Internet y un circuito de circulación para los productos audiovisuales. También sueñan con producir algún día un largometraje basado en una historia local o regional. Y tener un periódico o una revista, para volver sobre lo escrito.

Con un montón de proyectos en la mente y en el corazón, y mucho trabajo sobre el escritorio, dejamos al equipo del ‘Cole’ en su recién pintada y remozada casa de El Carmen de Bolívar, donde hace muchos años funcionó una sucursal de la Caja Agraria, que alguna vez debió ser atacada por la guerrilla, como en tantos otros pueblos de Colombia. Hoy está tomada por los sueños y las imágenes de un grupo empeñado en hacer memoria para construir futuro.

Quien tenga la oportunidad de ver la producción audiovisual de esta última fase del Colectivo encontrará en ella un tono de optimismo y esperanza, pero a nadie escapa, como lo dejó en claro el “Informe sobre tierra y conflicto”,³⁸ entregado en noviembre de 2010 por la CNRR, la materia prima del conflicto, esto es, el problema por la tierra, continúa intacto. Las noticias dan cuenta de la compra masiva de fincas y parcelas en los Montes de María y en la serranía del Perijá, y del resurgimiento de los grupos armados, pero, ¿hasta qué punto la voz de los campesinos podrá recoger en sus relatos problemáticas tan sensibles que están en el ojo del huracán? De seguro esta vez las estrategias narrativas del ‘Cole’ hallarán una forma de decirlo sin decir.

Si lograrán o no superar las dificultades actuales para alcanzar la sostenibilidad de su proyecto, si podrán resolver los dilemas entre liderazgo individual y colectivo, y si conseguirán hacer apuestas claras en el delicado terreno de la incidencia política, son las preguntas que quedan flotando en el ambiente, que solo se resolverán en la andadura, o, como dice Soraya Bayuelo, entregados al movimiento...

▣ Notas

1 Para esta caracterización nos hemos basado en el siguiente documento: Pontificia Universidad Javeriana. (2008). Línea base. Informe final para el proyecto “Apoyo y protección a la población afectada por el conflicto interno y asistencia y acompañamiento de las víctimas y sus asociaciones, en su proceso de restablecimiento y reparación de acuerdo al marco de derechos recogidos en el ordenamiento jurídico colombiano”. Bogotá. Este documento utiliza información de los ‘diagnósticos rurales participativos’, realizados por las organizaciones MPDL, Colectivo de Comunicaciones de los Montes de María y Corporación Desarrollo Solidario.

2 Ídem.

- 3 *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia.* (2008). Rodríguez, C. (Ed.). Bogotá: Fescol, Centro de Competencias en Comunicación para América Latina.
- 4 Además de ser el principal centro económico de la región, El Carmen de Bolívar es punto de encuentro de la troncal del Magdalena y la Troncal de Occidente, y un corredor natural hacia el mar.
- 5 Ídem.
- 6 Véase: Desmovilización del Bloque Héroes de los Montes de María de las AUC. Bogotá: Fundación Seguridad y Democracia. Disponible en: <www.seguridadydemocracia.org>. Consulta: 28 de septiembre de 2008.
- 7 Ley 975 de 2005.
- 8 Hasta aquí la información basada en el documento de la Universidad Javeriana.
- 9 De la misma manera que estos pioneros promovieron la desconcentración de la tierra en los años setenta, en los noventa una nueva élite intelectual pareció promover la desconcentración de los medios de comunicación a nivel local.
- 10 *Los Montes de María. Análisis de la conflictividad.* Área de paz, desarrollo y reconciliación. PNUD Colombia. Asdi. Junio de 2010
- 11 Basado en Pontificia Universidad Javeriana. (2008). Línea base. Informe final para el proyecto "Apoyo y protección a la población afectada por el conflicto interno y asistencia y acompañamiento de las víctimas y sus asociaciones, en su proceso de restablecimiento y reparación de acuerdo al marco de derechos recogidos en el ordenamiento jurídico colombiano". Bogotá.
- 12 Los yukoyukpa. En *Geografía humana de Colombia. Nordeste indígena*, t. II. Bogotá: Biblioteca Luis Ángel Arango, Banco de la República. Disponible en: <<http://www.lablaa.org/blaavirtual/geografia/geograf2/yuko2.htm>>. Consulta: 24 de octubre de 2006.
- 13 Organizada jurídicamente como una corporación sin ánimo lucro.
- 14 Rodríguez, Clemencia. "Construyendo país desde lo pequeño". En *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia.* (2008). Rodríguez, C. (Ed.). Bogotá: Fescol, Centro de Competencias en Comunicación para América Latina.
- 15 Ídem.
- 16 Investigación de campo realizada por Juan Andrés Cooper, estudiante de periodismo y comunicación social, quien hizo un inventario *in situ* de la producción realizada por el Colectivo en toda su historia, bajo la dirección de Amparo Cadavid.
- 17 Además de los ya citados, podemos mencionar el estudio de caso realizado por Amparo Cadavid, "Cómo entregarle las llaves al ladrón. Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21". (2005), el ensayo de Jair Vega y Soraya Bayuelo: "Ganándole terreno al miedo. Cine y comunicación en Montes de María" (2008), y el estudio etnográfico de Joyce Sarmiento (2005) sobre los colectivos infantiles.
- 18 Ídem.
- 19 El subrayado es nuestro.
- 20 Soraya Bayuelo. *Doce años de comunicación para el cambio social en los Montes de María.* (2006).

21 Convenio entre el Movimiento por la Paz (MPDL), la Corporación de Desarrollo Solidario (CDS), De Justicia, la Universidad Javeriana, la Campaña anti-minas y el Colectivo de Comunicaciones Montes de María, con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

22 Se llaman así en el Colectivo a los facilitadores o realizadores que actúan como tutores de los colectivos audiovisuales.

23 Rosángela Roncallo explica El Cuerpo Audiovisual como “una estrategia que nos inventamos en el Colectivo para explicar los diferentes roles de la producción audiovisual a personas de cualquier edad. Se basa en la idea de que el proceso de producción audiovisual se asemeja al cuerpo humano, y cada participante se identifica con un órgano y con la función que este desempeña.

24 “Resumen general de la formulación del proyecto de Memoria, Comunicación y Territorio”. Julio de 2010, documento interno.

25 Ídem.

26 “Tradicionalmente su objetivo ha sido detectar los contextos y situaciones en los cuales se expresan y generan los universos culturales y sociales, en su compleja articulación y variabilidad. La aplicación de esta técnica o, mejor dicho, conceptualizar esta serie de actividades como una técnica para obtener información, se basa en el supuesto de que la presencia esto es, la percepción y la experiencia directas ante los hechos de la vida cotidiana de la población en estudio con sus niveles de explicitación garantiza, por una parte, la confiabilidad de los datos recogidos y, por la otra, el aprendizaje de los sentidos que subyacen tras las actividades de dicha población. La experiencia y la testificación se convierten, así, en ‘la fuente de conocimiento del antropólogo’”. Rosana Guber. (2005). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Bogotá: Ed. Paidós, Estudios de Comunicación, p. 109.

27 Ídem.

28 El Movimiento por la Paz (MPDL) es una organización no gubernamental creada en 1983 en España, que trabaja en las áreas de desarrollo, acción social y ayuda humanitaria en Asia, África, América Latina y los Balcanes.

29 *La masacre de El Salado: esa guerra no era nuestra*. Bogotá: Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación. Grupo de Memoria Histórica. Disponible en: http://www.semana.com/documents/Doc-1947_2009911.pdf. Consulta: febrero de 2011.

30 Para la fecha de publicación de este estudio el padre Castillo ocupaba la dirección del Programa de Desarrollo y Paz del Canal del Dique.

31 La descripción de las estrategias está basada en la información que suministra el blog <http://montemariaaudiovisual.wordpress.com>, creado para la divulgación del Festival Audiovisual de los Montes de María.

32 Para una completa evaluación del Cine Club Itinerante La Rosa Púrpura de El Cairo, véase el capítulo dos de “Ganándole terreno al miedo. Cine y comunicación en Montes de María”.

33 <http://montemariaaudiovisual.wordpress.com>.

34 Se refiere al proyecto de Memoria, Comunicación y Territorio, que están ejecutando con la AECID.

35 Pontificia Universidad Javeriana. (2008). Línea base. Informe final para el proyecto “Apoyo y protección a la población afectada por el conflicto interno y asistencia y acompañamiento de las

Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano

víctimas y sus asociaciones, en su proceso de restablecimiento y reparación de acuerdo al marco de derechos recogidos en el ordenamiento jurídico colombiano". Bogotá.

36 Sobre este productivo encuentro y la forma como ellas trabajan y complementan sus capacidades, recomendamos la lectura del capítulo "Las fundadoras: de cómo las historias personales se convierten en una historia colectiva", de Amparo Cadavid, en *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. (2008). Rodríguez, C. (E.). Bogotá. Otros autores: Soraya Bayuelo, Amparo Cadavid, Orley Durán, Alirio González, Camilo Andrés Tamayo, Jair Vega. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert - Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. 2008.

37 Citada por Clemencia Rodríguez en Ídem., p. 11.

38 *La tierra en disputa. Memorias del despojo y resistencias campesinas en la costa Caribe (1960 – 2010)*. Grupo de Memoria Histórica de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación. Noviembre de 2010.

La Cartagena de los sectores populares

El relato audiovisual de los jóvenes de la barriada

Experiencia: Asociación Santa Rita para la Educación y Promoción (Funsarep)

Localización: Cartagena de Indias (Bolívar)

Año de creación: 1987

Período de estudio: 2005-2010

Procesos de formación en ciudadanía a través de la producción audiovisual.

La Asociación Santa Rita para la Educación y Promoción (Funsarep), una organización con larga trayectoria en el campo de la educación popular y enraizada en las comunidades afrocolombianas del sector nororiental de Cartagena, decide en 2005 apostarle al audiovisual como medio para desarrollar las capacidades comunicativas entre los y las jóvenes de la comunidad, con la convicción de que la comunicación es un factor fundamental en la formación de ciudadanía y en la construcción de un nuevo modelo de desarrollo. Así, en medio de los procesos de organización y empoderamiento que adelantan las organizaciones sociales de mujeres, jóvenes y negritudes, nace Griots Comunicaciones, proyecto de formación y producción audiovisual, integrado por jóvenes de las barriadas populares, que materializa una propuesta de relato audiovisual juvenil con producciones que van desde pequeños cortos animados hasta largometrajes que se convierten en herramientas educativas para el trabajo de Funsarep.

159

1. Características del contexto

Cartagena de Indias, capital del departamento de Bolívar, es la quinta ciudad más poblada del país según el último censo del DANE¹ con 895.000 habitantes, y el principal destino turístico de Colombia. Ubicada a orillas del mar Caribe, es uno de los epicentros turísticos más importantes de Iberoamérica, con un centro histórico declarado en 1984 por la Unesco como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, por sus calles, casas y balcones de arquitectura colonial.

Anteriormente, dicho centro histórico había sido declarado Patrimonio Nacional de Colombia, por la Ley 163 de 1959, que también declaró monumento nacional los sectores antiguos de Tunja, Mompo, Popayán, Guaduas, Pasto y Santa Marta.² Igualmente, en la Constitución de 1991 se le adjudicó la categoría de Distrito Turístico y Cultural de Colombia.³

Entre los elementos geográficos que le otorgan atractivo a la ciudad se encuentran las islas de Barú, Tierrabomba y otras menores, el archipiélago del Rosario, la bahía de Cartagena, la bahía de Barbacoas y lagunas costeras, como la ciénaga de la Virgen. La zona es, además, área de confluencia marina y fluvial debido a la desembocadura del canal del Dique en la bahía de Cartagena. En la ciudad sobresale el cerro de La Popa, en forma de colina alargada, de 148 metros sobre el nivel del mar, donde se encuentra el Convento y la iglesia de Nuestra Señora de La Candelaria, imagen religiosa profundamente arraigada en el imaginario de los pueblos afrodescendientes de Cartagena y Bolívar.

1.1. Población

El 36,5% de la población residente en la ciudad se autorreconoce como raizal, palenquera, negra, mulata, afrocolombiana o afrodescendiente,⁴ resultado que es objeto de muchos análisis si se compara con la evidencia de la fisonomía de la mayor parte de la población cartagenera, que toca con la ya permanente discusión sobre qué y quiénes identifican lo que debería concebirse como afro.

Lo anterior pareciera evidenciar que buena parte de la población negra en Cartagena no se reconoce como tal; que existe una negación de su identidad, muy probablemente como resultado de la exclusión histórica a la que ha sido sometida. En contrapeso a esta aparente auto negación, existen en Cartagena más de sesenta organizaciones afro, concentradas en potenciar la identidad cultural y de género de estas comunidades. Es decir, lo que por un lado pareciera una negación de la identidad negra se transforma por otro en un reconocimiento plural a través de la cultura.

160

La identidad de estas comunidades supera entonces lo meramente racial para convertirse en un tema cultural, y, siguiendo esta lógica, una fuerte identidad cultural debería verse reflejada en una identidad política igualmente fuerte. Pero es, precisamente, en estas comunidades donde la participación política sigue siendo casi nula, sin representantes que encarnen las problemáticas de esta población y propongan políticas encaminadas a su solución. En este caso —las cifras también lo confirman—, una reciente encuesta realizada por el área de Gobernabilidad Democrática del PNUD encontró que solo el 37% de la población afro-cartagenera ha participado en algún tipo de movilización social para reclamar sus derechos.

Según la misma encuesta, las principales razones de este resultado están relacionadas con la falta de información (34,5%) y el desinterés en participar comunitariamente (29,4%), y con el poco tiempo disponible para asistir activamente (23,5 %). Hay que resaltar la desconfianza por parte de los jóvenes (10,5%) como otra de las razones para no participar en los procesos comunitarios de democracia participativa.⁵

En un estudio que observó simultáneamente a toda la población en Cartagena con el Censo de 2005, María M. Aguilera Díaz y Adolfo Meisel Roca⁶ señalan que hay una clara correlación entre el porcentaje de personas de bajos ingresos en un barrio y el porcentaje de afrodescendientes. También sugieren que hay una alta correlación negativa entre el porcentaje de afrodescendientes y los años de escolaridad. Gracias a un análisis estadístico un tanto más sofisticado, la investigación establece que la relación causa-efecto va de capital humano a productividad. Es decir, si los afrodescendientes tuvieran un grado igual de inversión en educación formal que el resto de los cartageneros la mayor parte de su desventaja económica desaparecería.

Lo anterior indica, según Aguilera y Meisel (2009), que en las próximas décadas el gran reto social para Cartagena es la eliminación de las enormes desigualdades que tienen sus habitantes en términos de oportunidades para tener una vida en condiciones materiales dignas. Hasta ahora ningún plan de desarrollo ha reconocido esta dimensión étnica y espacial de los desequilibrios sociales de la ciudad.

1.2. Situación social

La situación de pobreza y las variables relacionadas con el desarrollo urbano de Cartagena no son alentadoras frente a otras ciudades de Colombia. En sus barrios populares es posible ver la gravedad de las condiciones de muchos frente a la situación favorable de unos pocos.

La pobreza urbana en Cartagena supera a la que se observa en las principales ciudades del país. Además, se ha encontrado que la población más pobre está concentrada en determinados sitios de la ciudad que no cuentan con las mínimas condiciones y las oportunidades necesarias para superar esta situación, lo que lleva a que permanezcan en un círculo de pobreza permanente.⁷ En materia de servicios públicos, por ejemplo, las estadísticas indican que la cobertura de acueducto en la ciudad es de 99%, pero existen quince barrios y algunos corregimientos en donde no se presta ese servicio a través de la red domiciliaria, sino de piletas públicas, entre ellos la parte alta de Torices. En cuanto al alcantarillado, con cobertura nominal del 86%, hay sectores que poseen redes instaladas, pero que no se encuentran en funcionamiento, a la espera de que culminen las obras faltantes de la zona suroriental y la estación de bombeo de aguas residuales María Auxiliadora. Parte de los barrios Nelson Mandela, José Antonio Galán, Pozón y Cielo Mar se encuentran en esta situación.⁸

Según la última encuesta sobre acceso a servicios públicos (enero-agosto de 2008) del programa 'Cartagena cómo vamos', la cobertura de energía en la ciudad se mantuvo en 100%, excluyendo los corregimientos de Islas del Rosario, Isla Fuerte, San Bernardo, Arroyo de Piedra y Arroyo Grande, que representan

aproximadamente el 1% de la población total de Cartagena y el 17% de la población rural;⁹ sin embargo, en amplias zonas de la ciudad, ubicadas fuera del Centro Histórico, son frecuentes los cortes de energía y la inestabilidad del fluido eléctrico, por lo que los pobladores han llegado a organizar protestas callejeras para llamar la atención de los medios y exigir soluciones a la empresa prestadora del servicio.

De otra parte, existe una correlación entre la ubicación espacial de las personas de ingreso bajo y las que alcanzan pocos años de educación, y también, aunque en menor grado, entre las personas de ingreso bajo y las de etnia afrocolombiana. Esto, y las características geográficas de la ciudad, más su influencia sobre el grado de urbanización, motivan un estudio más detallado de los determinantes de la pobreza para el caso particular de Cartagena, tanto por el lado del ingreso como por el de la calidad de vida.¹⁰

1.2.1. *Desplazamiento*

Desde mediados de los noventa, Cartagena se ha convertido en el centro de recepción de muchos colombianos que ven en la ciudad la posibilidad de protegerse de los efectos del conflicto armado, en particular en la región de los Montes de María.

Según el Sistema de Información en Derechos Humanos y Desplazamiento, Sis-dhes, y el de la Consultoría para los Derechos Humanos y el Desplazamiento, Codhes, Cartagena ocupó en 2004 y 2005 el quinto lugar como receptor de población en situación de desplazamiento de Colombia, según cifras que expresan las consecuencias humanitarias del conflicto que se vive en la región de Montes de María y sus alrededores, un área en la que confluyen distintas fuerzas armadas ilegales en disputa del control territorial.¹¹

Según el Sis-dhes, Cartagena recibió en 2005, 310.327 personas en situación de desplazamiento, lo que equivale al 3% del total de la población desplazada ese año, cifra superior a la tasa nacional de ese año, que también es alta.

En Cartagena la población en situación de desplazamiento se asienta en los barrios Nelson Mandela, Vista Hermosa y alrededores, San José de los Campaños, Revivir, El Pozón, Olaya y todos sus sectores, Boston y algunas lomas de la ciudad.¹²

La organización no gubernamental Pastoral Social de Cartagena, contabilizaba para el periodo de 1996-2000 41.360 desplazados en la ciudad, de los cuales 3.217 se asentaban en la zona suroriental, que corresponde al 10.2% del total de desplazados en Cartagena. Entre 2000 y 2001 se adicionaron 10.393 nuevos desplazados. De estos, 2.053 se establecieron en el mismo sector, con un incremento en un año del 25.1% en la ciudad y de 63.8% en la zona suroriental, lo que

indica una dinámica de crecimiento dos veces mayor en la zona con respecto al conjunto de la urbe.¹³

1.3. Elpreciado turismo

Según las estadísticas, 160 mil turistas de cruceros arribaron a Cartagena en el primer semestre de 2009, cifra que muestran un aumento del 62,2% con respecto al período enero – junio de 2008.

En el total de turistas internacionales recibidos, Cartagena también registró un incremento, esta vez de 7,4%, al pasar de 81.460 entre enero y julio de 2008, a 87.493 en el mismo periodo de 2009, como reporta Proexport en sus indicadores de turismo.¹⁴

Los estudios sobre la situación turística de la ciudad, como *Competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado*, publicado por el Observatorio del Caribe Colombiano y la Cámara de Comercio de Cartagena,¹⁵ y *Cartagena de Indias, impacto económico de la zona histórica*, publicado por la Corporación Centro Histórico y el Convenio Andrés Bello,¹⁶ tienden a proponer que así como Cartagena posee ventajas competitivas naturales e históricas para una actividad como el turismo, sus estrategias de desarrollo deben ser integrales si espera aprovecharlas para atraer más visitantes y lograr su desarrollo económico y social; por la misma globalización y el carácter competitivo que esta impone, las ciudades deben enfatizar conscientemente sus atractivos como una forma de diferenciarse de las demás.

Cartagena se vende entonces como un producto de sol y playa mezclado con atractivos culturales, con el objeto de suplir la desventaja comparativa de sus playas frente a otros sitios turísticos del Caribe. Entre sus características geográficas está una bahía protegida que la hace menos expuesta a los fenómenos atmosféricos que las ciudades de los países de la cuenca del Caribe, su condición de patrimonio cultural de la humanidad y un importante legado histórico-cultural expresado en sus construcciones civiles, militares y religiosas.

También cuenta con condiciones biogeográficas, como las formaciones corallinas del Parque Natural Corales del Rosario, y un sistema de lagunas costeras y estuarios en su zona urbana y rural, con ecosistemas de manglar, además de las playas de ensenada que bordean zonas internas de la ciudad.

Un estudio de la Universidad de Cartagena encontró que los principales atractivos de la ciudad estaban representados en los bienes culturales (36%), la etnografía (25%), los acontecimientos programados (19%), los sitios naturales (16%) y las realizaciones contemporáneas (3.6%) Respecto a la infraestructura de atención turística, la Cámara de Comercio de Cartagena realizó un inventario acerca de la estructura empresarial del sector turístico de la ciudad, en el cual destaca

Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano

la importancia de los hoteles y restaurantes, que representan aproximadamente el 82% del número de empresas, el 85% de los empleos generados y el 85% del valor de los activos invertidos en este sector. Por otro lado, del total de las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Cartagena, las relacionadas con el turismo representaban el 8%, y generan el 8.6% del número de empleos.¹⁷

■ 2. Descripción de la experiencia

La Asociación Santa Rita para la Educación y Promoción (Funsarep) está ubicada en el popular barrio de Torices, sector donde el invierno impide el paso de los vehículos, e, incluso, las motos, el medio de transporte más usado en las barriadas populares, tienen que transitar por los precarios andenes sin pavimentar para evitar las calles totalmente anegadas.

Funsarep, que fue creada el primero de septiembre de 1987, es una organización social que trabaja fundamentalmente con niños, jóvenes y mujeres en procesos de formación y animación sociocultural, que busca el ejercicio real de la ciudadanía por parte de los sectores populares, en especial, de las poblaciones afrocolombianas. Sus zonas de intervención son Santa Rita, Canapote, Paseo Bolívar, Daniel Lemaitre, las faldas de la Popa y otros sectores de la zona nororiental de Cartagena.

El propósito declarado de la fundación es:

164

Contribuir al desarrollo humano y social de las comunidades humanas, prioritariamente de identidad étnica afrocolombiana, que habitan las comunas 2 y 3 de la localidad histórica y del Caribe norte de Cartagena de Indias, incorporando la perspectiva de género, construyendo ciudadanía plena y empoderamiento de los sujetos sociales participantes, especialmente mujeres, jóvenes, niños y niñas y organizaciones sociales, e implementando procesos comunicativos para la incidencia y articulación social y ciudadana.

Para ello organiza su trabajo en tres áreas de acción:

- Área de organización social para la participación ciudadana desde el desarrollo local.
- Área de género y desarrollo para el empoderamiento de sujetos sociales.
- Área de comunicación y desarrollo.

Todas las actividades se enmarcan dentro del Proyecto Común Global, que es el plan institucional que normalmente Funsarep desarrolla a tres años, que en este momento está en construcción para un periodo de cinco años, 2011-2015.

Rafael Caraballo es miembro de la Junta de Acción comunal de Torices, y conoce desde hace quince años el trabajo que realiza Funsarep en la unidad comunera número dos, pero destaca los procesos comunitarios y de comunicación que la organización viene desarrollando en los últimos años. Recuerda que en 2005 estaba ejecutando un proyecto de la Unesco, que consistía en un modelo de gobierno electrónico para ciudades patrimonio de la humanidad, y su propósito era capacitar a los líderes y lideresas de la zona en el manejo de computadores y el uso de Internet. De esos cursos surgió la Red de Líderes y Lideresas de Cartagena,¹⁸ que agrupa a 23 líderes comunales, dirigentes de asociaciones y organizaciones de madres comunitarias, de las unidades comuneras 2 y 3, Cerro de la Popa y Caño de Juan Angola.

Esta preparación les ha servido a los dirigentes cívicos para trabajar en la exigibilidad de sus derechos, y en el establecimiento y sostenimiento de una comunicación con entidades del gobierno distrital para tramitar solicitudes, quejas, derechos de petición, tutelas y acciones populares, además de facilitarles la gestión de iniciativas de tipo ambiental, cultural y de control social. Hoy, Redecom aspira a una sede propia y a ser autónoma respecto a Funsarep.

Caraballo resume así el trabajo de Funsarep con las organizaciones comunales:

Antes era un poco cerrada, pero a partir del 2000, a raíz del proyecto de Escuela de ciudadanía e interculturalidad, abre el trabajo a otras organizaciones y comienza un curso de seis meses sobre exigibilidad de derechos. Eso, más el manejo del computador, nos ha permitido ganar herramientas de comunicación, intervenir con más seguridad en los espacios y ser mas autónomos en la reclamación de los derechos.

2.1. De El Bonche a Griots Comunicaciones

En el presente estudio centraremos la atención en el trabajo desarrollado por el área de comunicación y desarrollo, que, si bien implementa líneas de trabajo y de investigación propias, hace una intervención transversal a todas las áreas de acción de la organización, como veremos más adelante.

Entre 2005 y 2007, uno de los procesos de formación que adelantaba Funsarep adquirió el nombre de *El Bonche, formación y desarrollo de la ciudadanía juvenil*, y fue un proyecto que marcó un hito dentro del trabajo con jóvenes en Funsarep. Al respecto, dice Carlos Díaz:

Entendemos que no es posible ser ciudadano o ciudadana si no hay capacidades de comunicación y encuentro de los jóvenes con otros sectores de la población y entre ellos mismos. El objetivo del proyecto era que los jóvenes crecieran en capacidades comunicacionales para el ejercicio de su ciudadanía. Y durante esa adquisición de capacidades

lo fundamental era que supiesen manejar y trabajar con herramientas como el video.

La pregunta que los llevó a incursionar en lo audiovisual fue: “¿Cómo nos estamos comunicando para encontrarnos y cómo hacerlo de una manera atractiva para jóvenes?”. La respuesta comenzó a darse dentro de un proceso de formación para la gente joven que hacía parte de los grupos de Funsarep, y empezó con dos talleres de radio y video que estuvieron a cargo de comunicadores y periodistas amigos que los acompañaron en el proyecto. Casi enseguida se dieron cuenta de que hacer radio requería de una infraestructura en ese momento inalcanzable, y todo el proceso se encauzó entonces hacia la imagen en movimiento.

2.1.1. *El man correcto*

De ese proceso salió un grupo de jóvenes capacitados en producción audiovisual, los cuales quedaron con la tarea de replicar ese saber a través de la elaboración de un producto, y ese producto fue *El man correcto*, cortometraje hecho con una camarita sencilla, editado con dos aparatos de VHS. Como el barrio siempre ha tenido problemas con la luz eléctrica, y en aquel momento lo tenía aún más, eso los obligaba a editar en un sitio, y cuando se iba la luz debían salir corriendo para otro hasta terminar la edición. Al final obtuvieron una historia de media hora de duración, con muy pocos parlamentos y mucha música.

166

Después mandaron a hacer unos volantes para invitar a la gente del barrio a que asistiera a la proyección, y allí la esperaron con una cartilla que buscaba promover la participación y el diálogo, y la invitaron a reflexionar sobre la temática del video al final de la presentación. El público, compuesto mayoritariamente por niños, niñas y gente joven, llegó con sus banquitos y sus sillas o, simplemente, se sentaba en el piso para ver la historia de un muchacho que se la pasaba montado en su bicicleta. El chico tenía una novia, pero la novia lo veía siempre sobre la bicicleta. Una de las personas entrevistadas resume así el misterio del joven ciclista: “Entonces viene la pregunta: ‘¿Ese *man* por qué hace todo en bicicleta?’. Y la respuesta es que el *man* está cojo, es un discapacitado, y como tiene miedo de que la novia lo deje, entonces no se deja ver caminando porque se evidencia su problema físico”.

La intención era comenzar a poner en escena situaciones y problemas comunes de los y las jóvenes de Cartagena y reflexionar sobre ellos, así que la difusión de ese primer trabajo audiovisual se hizo en parques de barrios cercanos, colegios e iglesias, lo que generó espacios de retroalimentación con los espectadores.

Después de *El man correcto* el grupo comienza a pensar en darse un nombre, y escoge “Griots Comunicaciones”; griot es una palabra de origen africano que se le da a las personas más ancianas que guardan la memoria oral de la tribu. El nombre, que refleja la conexión con lo afro, producto de los procesos que la

organización llevaba a cabo de tiempo atrás, genera mucha aceptación y permanece liderando la producción de la Funsarep, para una memoria que ya no es solo oral, sino también audiovisual.

Volvamos aquí sobre los testimonios para conocer el de Milton Mendivil, miembro juvenil de Funsarep y uno de los fundadores de Griots, sobre lo que representó para él la participación en este colectivo audiovisual:

... entender eso de la sigla Griot fue algo que me sensibilizó en esto de la afrocolombianidad y de conocer un poco sobre mis antepasados y mis raíces. Es que, fíjate: una cosa me va comunicando y me va mandando hacia otra; el hecho de vincularme al proceso juvenil me llevó hacia el proceso comunicativo, pero este luego me mete en otro cuento, que es aprender sobre nuestra historia afro. En esos niveles me he ido moviendo, y son también los intereses de la organización Funsarep como tal.

2.1.2. *Palabra joven o la circulación de los relatos juveniles*

Pero una cosa es producir videos y otra es qué hacer con ellos. En el campo de la educación popular, en el que Funsarep tiene un respetable recorrido, el objetivo es interactuar con la gente, y al tratar de inaugurar una experiencia alternativa en la producción audiovisual se fueron descubriendo cosas. Una de ellas es que no basta con hacer el video, sino que hay que difundirlo, hay que ponerlo a circular. Carlos Díaz relata así lo que vino después de *El man correcto*:

Entonces nos creamos una especie de canal de video comunitario con la idea de producir no solo cortos de carácter argumental, sino documentales, pero cositas muy pequeñas que tuvieran una dinámica permanente de difusión en los barrios, en los colegios, en las iglesias, en bibliotecas. Era una dinámica interesante y ambiciosa, no solo por la parte económica que implicaba, sino por el asunto tecnológico. Nos dimos cuenta de que hacer video era bastante difícil, que las cámaras se dañaban, algunas se perdían y otras, incluso, nos las robaban. A ese canal le pusimos el nombre de *Palabra joven* y lo que queríamos era hacer lo que nosotros llamamos relatos audiovisuales juveniles, o sea, películas (aunque no las llamábamos películas), con el mismo planteamiento: contar los conflictos de los jóvenes afros en la ciudad de Cartagena.¹⁹

Este canal llegó a tener una programación con cuatro espacios que se emitían todos los viernes en horas de la tarde: *Huellas*, de crónicas urbanas; *Clase aparte*, un magazín; *Fiebre*, un programa de debates; y *Somos noticia*, un informativo. A medida que estos programas se hacían, se iba pensando en lo que podía quedar al final del año para hacer los otros productos audiovisuales que estaban planeando.

2.1.3. *Se quemó la panela*

El segundo producto de Griots Comunicaciones fue *Se quemó la panela* (2005), que es la historia de un grupo de jóvenes que, por medio del juego del escondido en su cuadra, muestran las temáticas que enfrenta la juventud en esas barriadas cartageneras: la necesidad del rebusque, la drogadicción, la prostitución, el engaño, los juegos peligrosos... *Se quemó la panela* es un largometraje mucho más desarrollado que el primer trabajo en cuanto a producción, actuación y alcances.

En él, el equipo de Griots se encargó de todo: fotografía, producción, actuación, edición y publicidad, lo cual les sirvió como entrenamiento para el siguiente trabajo.

A juicio de Yorismel Barrios, uno de los jóvenes integrantes que después habría de protagonizar *Canto a la libertad*, en ese largometraje la gente del barrio reconoció sus propios rostros, encontró sus lugares, sus personajes y los diálogos que allí se generaban, y logró identificarse con ellos. “Para mí, personalmente, la primera fue la mejor, pero, definitivamente, la que más ha incidido, para mí, es *Se quemó la panela*”, dice Yorismel, quien se reconoce con más talento para el diseño gráfico que para la actuación, y quien actualmente estudia diseño gráfico y artes.

La difusión de estos productos se ha realizado a través de espacios en los canales locales de televisión, como Cartagena Total, una franja del Canal Cartagena, donde en algún momento se presentó casi a diario *El man correcto* y *Cartagena en el corazón de los niños*.

No se han presentado en el canal de la Universidad de Cartagena ni en Telecaribe por dos razones: la primera es que no cumplen con los estándares técnicos para emisión, y la segunda es que los trabajos son muy largos: “A nosotros lo que nos interesa es contar la historia y no limitarnos para que salgan en algún medio de comunicación”.

2.1.4. *Canto a la libertad*

De *El man correcto* a *Canto a la libertad* hay un salto cualitativo en el proceso de producción, y es notorio el avance técnico, especialmente en el sonido. *Canto a la libertad*, realizado en 2008, comenzó siendo un trabajo de danza, después se convirtió en un cuento de Carlos Díaz, y luego, con el apoyo del Plan Audiovisual Nacional (PAN) del Ministerio de Cultura, consiguieron llevarlo a video, antes de convertirse en el producto más significativo de Funsarep y su colectivo Griots Comunicaciones desde el punto de vista de la producción y sus alcances.

Esta producción de 72 minutos²⁰ narra la historia de Domingo, joven estudiante de bachillerato que se empeña en descubrir, con su novia Dulce María, la razón

por la cual sus antepasados esclavos se negaron a ejecutar el plan de atacar a Cartagena desde *La Libertad*, el barco que le habían capturado a los españoles a principios del siglo XVII, que dio origen a una leyenda de traición y cobardía que trascendió en la historia oficial y que ellos se niegan a aceptar. Para ello, la pareja debe escarbar en libros y en la memoria de varios personajes del barrio hasta encontrar la verdadera historia escondida en la canción de una abuela, y compartirla con sus compañeros de clase.

El largometraje, rodado en Bocachica, es en efecto, un canto a la figura histórica de Benkos Biojó y al papel jugado por los esclavos cimarrones en tiempos de la esclavitud, y representa una apuesta narrativa de construcción o reconfiguración de la identidad individual y colectiva para los afrodescendientes.

Su protagonista masculino, Yorismel Barrios, llegó a Funsarep a los ocho años como estudiante de la escuela comunitaria, donde también trabajaban su mamá y su hermano. Desde ese momento se vinculó a varios de los procesos que adelantaba la organización, primero en el grupo infantil, y, a medida que fueron creciendo, él y un círculo de muchachos y muchachas fueron vinculándose a grupos de preadolescentes y, finalmente, a grupos juveniles, dentro de los que surgen varias propuestas. La que más le llamó la atención a él fue la de Griots Comunicaciones:

La filosofía que se tiene en Funsarep y sus grupos juveniles es participar con el potencial que se posea, por ejemplo, a mí me encanta la actuación; no soy muy bueno, pero me gusta, y todo lo que tiene que ver con el diseño y el dibujo. Yo ayudé en muchas producciones a dibujar, a diseñar vestuarios, a hacer el *story board*. Al principio hice cámara, y esa fue para mí una experiencia excelente que quiero volver a hacer, y que me ha impulsado a pensar en dirigir.

169

De otra parte, Vildris Pájaro Murillo, su coprotagonista, viene también del proceso de empoderamiento de Funsarep, como miembro del Grupo Artístico de Mujeres Espejo.

2.1.5. *Pelo rucho*

La más reciente producción de Funsarep, *Pelo rucho* (2010), se ocupa de mostrar en veinticinco minutos las diferentes expresiones que adquiere la tradición pa-lenquera de los peinados femeninos, y a través de ellas visibilizar la presencia y la palabra de la mujer afro. Es un documental que comienza en Bocagrande buscando a las tejedoras de trenzas de la playa, y termina en San Basilio de Palenque con el origen de la tradición. Delys De la Rosa, su directora, narra así el impacto que ha tenido esta realización:

El impacto estuvo en mostrar que no solamente es peinar por peinar, porque detrás de esos peinados bonitos que se pueden lucir en la cabe-

za hay un contexto, hay unos valores culturales propios, pero también hay unos códigos comunicativos. Era mostrar todo lo que comunica un peinado, y mostrar que lo estético va mucho más allá de irte a la playa a peinar y llevarte un recuerdo a tu ciudad de origen para que sepan que estuviste en la costa. Ver que esto tenía un trasfondo, que tenía unas connotaciones culturales, unos valores y una riqueza tremenda, fue lo que realmente nos impactó.

Pelo rucño nace de la relación que Funsarep establece con una organización italiana llamada Cooperazione Internazionale (Coopi), que coordina un proceso de formación en cooperación internacional en la Universidad de San Buenaventura, y que ha apoyado a Funsarep en algunas iniciativas del trabajo con mujeres. A finales de 2010, la asociación participa en una convocatoria de Coopi a nivel andino, que se llamó *Mirada negra*, propuesta que reunía dos recursos comunicativos: una obra de teatro y una producción audiovisual, para hablar de la realidad de las mujeres afrodescendientes. La obra de teatro fue liderada por el Grupo Artístico de Mujeres Espejo, que, tras un proceso de reflexión y de construcción del guión, monta una obra que se llama *Me gritaron negra*, que habla de lugar, de lo afro, de la discriminación y del racismo en Cartagena. El otro recurso, la producción audiovisual, se la asignan al Departamento de Comunicación.

Les tomó casi un semestre crear la propuesta, pues era un proceso muy distinto al de los otros productos audiovisuales que habían realizado; esta vez había que ajustarse a la temática planteada en la convocatoria y se decidieron por un documental.

170

Hasta abril de 2011 el último producto realizado por Funsarep fue un corto sobre el papel de las mujeres en el proceso de Independencia, a propósito del Bicentenario, producido el año anterior con una beca otorgada por el Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena.

■ 3. Estudio de la experiencia

El estudio de Funsarep como experiencia audiovisual desde la educación y la promoción popular se dio a través de varias visitas a la sede de la organización en el sector de Santa Rita, de entrevistas realizadas a algunos de sus miembros en otros lugares de la ciudad y de la lectura de páginas web, blogs de los miembros, redes sociales y otras fuentes de información secundarias. Las condiciones de seguridad del barrio, la escasa relación previa con sus pobladores, plazos estrechos y dificultades en el proceso de investigación, No se pudo establecer una convivencia más estrecha o por periodos más prolongados con la comunidad.

3.1. Perfil de las personas entrevistadas

- 1 **Carlos Díaz Acevedo.** 37 años. Profesional en lingüística y literatura de la Universidad de Cartagena y especialista en comunicación para el desarrollo de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Actualmente coordina, junto a Yenifer Patrón, el Departamento de Comunicaciones para el Desarrollo, de la Asociación Santa Rita para la Educación y Promoción.
- 2 **Yenifer Patrón.** 26 años. Co-coordinadora del Departamento de Comunicación de Funsar
- 3 **Milton de Jesús Mendivil.** 26 años. Miembro de Funsarep y miembro fundador de Griots Comunicaciones.
- 4 **Yorismel Barrios.** 30 años. Integrante de Griots Comunicaciones. Protagonista de *Canto a la libertad*. Actualmente estudia diseño gráfico.
- 5 **Dellys De la Rosa.** 37 años. Profesora del programa de Comunicación Social de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Cartagena. Directora del documental *Pelo rucha*.

3.2. Modalidad predominante e intención del trabajo

El quehacer audiovisual de Funsarep se centra en la producción más que en la circulación o formación de públicos. En la encuesta aplicada a las experiencias seleccionadas como exitosas en el curso de esta investigación, Funsarep definió así su motivación: “Aspiramos a poder seguir la tarea de los griots, esas personas de la lejana y, a la vez cercana África, encargadas de guardar y comunicar la memoria histórica y cultural de generación en generación. Ansiamos recoger, registrar, crear, mostrar, compartir sus pensamientos, ideas y sueños a través de nuestras voces juveniles, ecos, imágenes y miradas”.

Del análisis de la experiencia y los testimonios recogidos posteriormente durante el estudio de caso, encontramos que su intención es también la de construir capacidades en comunicación para forjar ciudad y ciudadanía.²¹ De otra parte, al ser una organización de educación popular, muchos de sus productos audiovisuales se convierten en material de trabajo para los procesos formativos y educativos que esta desarrolla.

3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia estudiada

Gregorio Álvarez Ariza, director de la Asociación de Líderes y Lideresas Sociales de Cartagena, escribe en la página web de Funsarep que la ciudad se ha convertido en un toro indomable que a cada instante intenta agredir a sus habitantes:

... a la ciudad toca afrontarla a pesar de sus peligros constantes, de las amenazas que nos hacen sus alcantarillas destapadas, de la pasmosa movilidad del transporte público, del acoso tenaz de los delincuentes por las esquinas. Tenemos que asumirla y hacer algo por ella, sentirla como a un dolor que toca buscarle medicina.

El tipo de desarrollo que adoptó Cartagena en las últimas décadas es determinante de problemáticas como la violación constante de los derechos económicos, sociales y culturales de las poblaciones, la desarticulación de la sociedad civil y la imposición de una cultura patriarcal que genera todo tipo de violencia contra las mujeres en ámbitos públicos, privados e íntimos. Por otra parte, las prácticas clientelistas y la corrupción generalizada, que opera a través de redes y relaciones politiqueras, frena la participación e intervención ciudadana para un desarrollo humano y social.²²

La situación de hacinamiento y de abandono de las barriadas populares dificulta las relaciones de convivencia entre sus habitantes, en especial entre los jóvenes, que con frecuencia se ven involucrados en disputas por los escasos espacios de encuentro que les ofrece la ciudad. La incomunicación y la dificultad para encontrar espacios de diálogo intercultural, que incite reconocimientos comunes, son aspectos que bloquean la conciencia ciudadana y la sana dependencia que se debería dar entre los jóvenes y su grupo social.²³

A pesar de estas realidades, que ya describimos con más detalle en la contextualización, la situación de los derechos, en particular los de las poblaciones en situación de desplazamiento, ocupa una posición marginal dentro de la agenda de gobierno local y en el conjunto de los asuntos que debate la opinión pública, además de que la inmensa deuda social que tiene la ciudad se mimetiza dentro de la más grande pobreza urbana del Caribe colombiano, producto de los altos niveles de concentración de la riqueza, de la exclusión social y de la negación de los derechos económicos, sociales y políticos que padece la mayoría de sus habitantes.²⁴ Así, Cartagena ha llegado a ser tan famosa por su belleza como por sus prácticas discriminatorias contra personas de piel negra, y por la aguda problemática de prostitución infantil y juvenil que ha encendido las alarmas de las autoridades y de sus organizaciones sociales.

Funsarep apunta desde sus inicios a enfrentar ese modelo hegemónico que se viene dando en la ciudad, que no contribuye a estrechar la profunda brecha social que genera diversos tipos de exclusión y vulnera los derechos de las poblaciones afrocolombianas. En palabras de Carlos Díaz, Funsarep confronta des-

de sus posibilidades un modelo de desarrollo y de ciudad que pone en riesgo los territorios ancestralmente ocupados por las poblaciones afrocolombianas, y reproduce y legitima situaciones de empobrecimiento. En contravía, la asociación cree en la posibilidad de un desarrollo humano y social desde lo local, que es un desarrollo centrado en las personas. “Es un desarrollo del ser y hacer con sentido colectivo, con expresión territorial, porque es en el territorio local, cercano, donde los sujetos interactúan con sus necesidades y potencialidades específicas para mejorar su calidad de vida”.

3.4. Estrategias para dar respuesta a la situación

Funsarep intenta responder a esas situaciones de pobreza y exclusión mediante diversas estrategias, entre las cuales destaca la comunicación para el desarrollo como maniobra transversal que apoya y complementa las otras líneas de acción del trabajo social de la organización:

1. Fortalecimiento del tejido social y organizativo de base y las capacidades de gestión e incidencia.

Esta estrategia se concreta a través de proyectos como la Escuela de Ciudadanía Tendiendo Puentes, del programa de ‘Formación y desarrollo de la ciudadanía infantil y juvenil’, y de la biblioteca comunitaria Juventud por la Vida, que se encuentra adscrita al Departamento de Comunicación para el Desarrollo (Decode).

Entre los muchos ejemplos que podríamos traer a colación para ilustrar el tipo de intervención que esta organización hace en este campo en su área de influencia, destaca el proyecto ‘Libros para ser libres’, de 2008, que tuvo el apoyo del Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC), y que buscaba contribuir a que todos los habitantes de los barrios populares donde actúa Funsarep accedieran al mundo de los libros. Pero no a cualquier tipo de libros, sino a aquellos que hablan de su historia y de su cultura “y de otros mundos posibles desde el ejercicio de su derecho al conocimiento y a una vida digna”.²⁵

Para ello se adquirió para la biblioteca comunitaria Juventud por la Vida una bibliografía básica sobre el mundo afro (africano, afroamericano, afrocaribeño, afrolatinoamericano, afrocolombiano y afrocartagenero). Fueron, por lo menos, 158 nuevos libros sobre esta temática, uno por cada año que ha pasado desde la abolición legal de la esclavitud en Colombia, en 1851.

Así se promovió el hábito de la lectura como placer y hecho ciudadano, y como factor básico para el uso completo de los derechos y deberes sociales. Se organizaron dos clubes de lectura, uno integrado por al menos veinte niños y niñas, y otro por veinte jóvenes, personas adultas o adultas mayores, y se realizaron mensualmente conversatorios con escritores o escritoras afro.

2. Empoderamiento de las mujeres para la intervención en la construcción de políticas públicas y el ejercicio de ciudadanía.

Ha sido una de las áreas más activas de Funsarep, tanto en acciones de capacitación como de incidencia, y una de las que ha utilizado más intensamente las herramientas comunicativas, con trabajos audiovisuales como *Pelo rucho* y piezas promocionales como *El machismo mata*. Esta estrategia permite a las mujeres y a las organizaciones vinculadas al proceso participar en diversos espacios de negociación y representación, como son el Tribunal DESC de las Mujeres; la campaña por los derechos laborales de las mujeres *Mis derechos no se negocian*; la 'Alianza regional mujer y calidad de vida', que agrupa a seis organizaciones sociales de la ciudad y la región, y el 'Movimiento social de mujeres', de Cartagena.

Pero nada mejor que un ejemplo real de ese empoderamiento, por lo que citaremos aquí el caso de la profesora Rosiris Murillo, coordinadora del Grupo Artístico de Mujeres Espejo.

Su relación con el trabajo comunitario venía desde cuando era niña, a través de los programas eclesiales de base de la parroquia de Santa Rita, así que muy joven se vinculó a la organización trabajando en la escuela comunitaria que esta tenía en el barrio Daniel Lemaitre, sector Paraíso II, que carecía de todo. Fue una de las fundadoras de Funsarep en 1987, y a partir de entonces inició un trabajo personal de superación y de apoyo a su comunidad desde espacios educativos, organizativos y de creación.

174

Rosiris se hizo tecnóloga en pre-escolar, y licenciada en ciencias religiosas en la Universidad Javeriana, formación que obtuvo gracias a los derechos consagrados por la Ley 70 a las comunidades afrocolombianas, que le permitieron acceder a una de las primeras becas para educación universitaria que se concedieron para estas poblaciones luego de la Constitución de 1991.

Fue secretaria técnica de las comunidades eclesiales de base, y participó en el Foro Social de las Américas en 2004 como parte del grupo de mujeres empoderadas por Funsarep. Pertenecía entonces a un grupo llamado Renacer, que se dio a conocer por hacer una lectura de la Biblia a partir del teatro. Luego, en la Mesa Permanente de Mujeres, el grupo propuso que la exigibilidad de derechos se hiciera también a través del teatro y la puesta en escena, y dentro de esa búsqueda de caminos de expresión surgió en 2008 el Grupo Artístico de Mujeres Espejo, y mediante talleres de formación en trabajo con el cuerpo ha preparado a un grupo ochenta mujeres que refuerzan la labor de las seis principales.

Al trabajo audiovisual de Funsarep se ha vinculado mediante su participación en los videos sobre violencia contra la mujer, y algunas mujeres del Grupo Artístico, como Josefa Morelos y Vildris Pájaro, también han actuado en *Canto a la libertad*.

Rosiris dice: “Valoro la importancia que le han dado a la danza y a la música, y creo que el proyecto de comunicación ha generado un gran impacto, y que a futuro van a tener mayores herramientas”.

3. Contribución al ejercicio de los derechos a la comunicación de Funsarep como actora social, por parte de las personas que forman la asociación, y de las organizaciones y redes que esta anima, impulsa o acompaña.

Es, quizá, la estrategia en la que se han concentrado los mayores esfuerzos de la organización en los últimos cinco años, y la que le da soporte al área de Comunicación y Desarrollo, integrada por el Departamento de Comunicación para el Desarrollo, la biblioteca comunitaria²⁶ y, por supuesto, las iniciativas en el campo del audiovisual.

El Decode apoya a todas las áreas y proyectos de Funsarep, así como a otras organizaciones y redes amigas, en sus estrategias, campañas, productos y medios de comunicación. También ofrece recursos para el desarrollo de procesos y medios comunicativos; de procesos de formación y entrenamiento en comunicación para equipos de trabajo; de producción, difusión y posicionamiento de contenidos, productos y medios impresos, audiovisuales y digitales; de manejo de las relaciones con medios de comunicación; y de apoyo a la creación, fortalecimiento y consolidación de organizaciones y redes sociales y comunitarias.²⁷

La biblioteca comunitaria Juventud por la Vida, que comenzó en 1989, es la puerta de entrada a Funsarep, a los libros, a la lectura y a otros mundos posibles; “es el pasaje, el puente, el medio o la mediación entre la comunidad donde se ubica Funsarep y la información y los conocimientos contenidos en los materiales bibliográficos”.²⁸

De esta estrategia por el derecho a la comunicación surgió también en su momento el grupo de El Bonche, que “con una cámara vieja y un micrófono empolvado” decidió llevar a la práctica esa necesidad de forjar ciudad y ciudadano. Y así se vivió en el entorno más inmediato, en una dinámica de carácter local, independiente, que fue capaz de convocar a jóvenes ya “tocados” por la experiencia tallerista para que se empoderaran del video como herramienta para posicionar su mensaje.

Griots Comunicaciones, por supuesto, hace parte de ese proceso y, aun cuando tuvo una evolución hacia un proyecto autónomo respecto a la organización, en este momento se encuentra en un proceso de transición, como veremos enseguida.

En determinado momento, relata Milton Mendivil, la gente conocía más a Griot que al mismo Funsarep: “... el nombre de Griots se posicionó, precisamente, porque contábamos lo que queríamos a través del video. Queríamos contar y compartir historias de mucha gente que no se conoce, y hacer visible esa frase que dice: ‘Lo que no se cuenta no existe’, entonces en ese plan estábamos...”.

Al principio, el grupo pensaba que Griots era solo una experiencia audiovisual juvenil, pero con el tiempo se dieron cuenta de que podía ser además una alternativa económica para ellos. Según el testimonio de Yorismel Barrios, hacer ese tránsito implicaba una ruptura bastante difícil con lo que venían haciendo, porque no estaba en sus planes que pudieran sacarle frutos a nivel económico.

No era que nos íbamos a concentrar simplemente en ganar plata, sino cómo eso podía propiciar un proyecto de vida, y que ese proyecto de vida podía satisfacer a nivel económico varias necesidades, sin perder la ideología de todo el proceso. Entonces, hacer la ruptura con todo un proceso juvenil, fresco, sin preocupaciones, en el que podíamos pasar todo el día *zampaos* en una producción sin que nos preocupara nada, y empezar a pensar en que teníamos que entregar al día siguiente un producto era una responsabilidad extra, por así decirlo. Ese cambio creo que no se logró, y no fue culpa de una persona, sino que el proceso era grupal y el avance tenía que ser grupal.

En ese dilema estuvieron también Mirgenis Torreglosa, Milton Mendivil y Manuel Díaz. Al cierre de estas memorias, Carlos Díaz describió el momento actual del colectivo:

Griots Comunicaciones existe con varios de los viejos integrantes y como unidad económica que sigue haciendo propuestas de videos, pero ya no relatos audiovisuales juveniles que estaban ligados a la dinámica de los procesos de formación y animación sociocultural juvenil y a Funsarep.

En la asociación desde hace 6 años existe el Departamento de Comunicación para el Desarrollo –DECODE- que ha sido responsable de los últimos trabajos audiovisuales: *Pelo Rucho* y *11 de Noviembre: Día de la Independencia*.

3.5. La relación con el contexto

En su contexto inmediato, Funsarep mantiene con las comunidades una relación parecida a la de un matrimonio bien avenido: de larga data y armonía en la cotidianidad. Ya sea a través de los talleres de la Escuela de Ciudadanía, de la elaboración de murales, de las obras de teatro, de las actividades en la biblioteca o de los videos que hace la asociación, la interacción es permanente con ese entorno que le da sentido a sus acciones. De allí que todos sus contenidos audiovisuales estén en relación directa con las problemáticas sociales y con los procesos identitarios que se comienzan a generar en las comunidades. En el contexto mediato, como son los otros actores sociales de la ciudad, la relación puede definirse como de encuentros y desencuentros.

Funsarep establece alianzas y sinergias con organizaciones sociales de base, con otras ONG de la ciudad o del país y con organizaciones de cooperación internacional para lograr mayor impacto social y cuantitativo del proyecto. Con las instituciones y organizaciones con los que comparte campos de acción y territorios o intereses comunes existen alianzas y acciones conjuntas tanto en lo operativo como en lo político. Así, la asociación participa en redes e iniciativas locales y nacionales, entre las que se encuentran la Plataforma Colombiana de Derechos Humanos, Democracia y Desarrollo, y la Alianza de Organizaciones Sociales por una Cooperación para la Paz y la Democracia.

Otro ángulo de esa relación con su realidad próxima es la creciente visibilización de aportes y construcciones teóricas de Funsarep para la ciudad, la academia, los medios de comunicación y los movimientos sociales, aportes que están representados en publicaciones como *África desde la mirada de una mujer afrocartagenera* o *Mujeres con derechos. Iniciativas a favor de los derechos económicos y laborales*, y en un nutrido grupo de materiales pedagógicos para el trabajo de educación popular, además de videos, conferencias, columnas de opinión en diarios locales, etc.

Adicionalmente, Funsarep se articula a una red de comunicadores ligados al ámbito académico y de experiencias de comunicación para el desarrollo en la ciudad.

Una situación que actualmente favorece sus estrategias es que la Alcaldía de Cartagena de Indias (quizá por estar en cabeza de una mujer, Judith Porto) está comprometida con la promoción de los derechos humanos de las mujeres, al plantear en el Plan de Desarrollo Distrital 'Por una sola Cartagena', que "Las políticas públicas del distrito tendrán perspectiva de género e incluirán a la mujer para alcanzar la igualdad de oportunidades, el ejercicio efectivo de los derechos, y el respeto al libre desarrollo de la personalidad".

Igualmente, el Plan de Emergencia Social Pedro Romero (PES), también de la Alcaldía, propone institucionalizar la política pública de mujeres con perspectiva de género, con miras a garantizar el ejercicio de los derechos humanos de las mujeres, el empleo y una salud sexual y reproductiva con enfoque de derechos. Esto se lee como una buena señal en la medida que motiva a las organizaciones en los propósitos de equidad de género y respaldo al ejercicio ciudadano de las mujeres.

Otro aspecto interesante de la relación con el contexto es el que se establece a partir de la imagen que de este entorno proyecta el trabajo audiovisual, es decir, de cómo quedan registradas la gente, el barrio y la ciudad en el producto audiovisual que se realiza. Cuando la comunidad se ve representada y se reconoce en la historia que le están contando tiene posibilidad de decir o de contradecir el resultado final, y en ese proceso aprende que el relato audiovisual distorsiona la realidad para poderla re-presentar, según el análisis que hace Carlos Díaz.

3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado

Desde 2007, Funsarep tiene convenios con el Ministerio de Cultura y con el Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena para el apoyo a proyectos puntuales en el campo de las expresiones socioculturales.

De la misma forma, Funsarep se relaciona con la Secretaría de Educación de Cartagena y de Bolívar a través de las oficinas etnoeducativas, para asuntos referidos a la Cátedra de Estudios Afrocolombianos. También lo hace con la Secretaría de Participación y Desarrollo Social para impulsar las políticas públicas de mujeres y poblaciones afrocolombianas, y con la Personería de Cartagena en lo que tiene que ver con la violación de los derechos humanos de las mujeres. Es decir, mantiene una interlocución permanente con la institucionalidad pública como parte de su gestión y de su trabajo de incidencia política.

3.6.1 *La fértil alianza con la academia*

Una de las instituciones con las que Funsarep ha desarrollado una relación más cercana es la Universidad Jorge Tadeo Lozano, seccional Cartagena, entidad que acreditó ante el Ministerio de Educación la validez de su programa de Comunicación en lo referente al “impacto social”, gracias al trabajo que desarrolla con el equipo de Funsarep.

178

Esta relación —tan frecuentemente enunciada como deseable, pero tan pocas veces alcanzada— entre la academia y la comunidad, surge de la decisión de Funsarep de estructurar un área de comunicaciones en la organización como una dimensión estratégica de su trabajo comunitario. Al comienzo se hizo de manera empírica, pues ninguno de sus miembros era comunicador o comunicadora social, pero pronto fue necesario profesionalizar esta labor, y en 2006, cuando la universidad abre la especialización de comunicación para el desarrollo, Carlos Díaz, literato de formación, y otro compañero de la asociación, se apuntan en ella. Esta vinculación con la universidad no ha redundado aún en proyectos audiovisuales conjuntos, pero sí en un fructífero proceso de reflexión acerca del papel de la comunicación en la construcción de ciudad.

Así relata Carlos los pormenores de esa relación:

La idea era generar también un proceso de reflexión con los estudiantes, los profesores y la misma universidad, y eso ha funcionado, pues logramos vincular a muchos de esos estudiantes a los procesos de Funsarep. Muchos de ellos han pasado por la organización compartiendo reflexiones con los muchachos sobre la fotografía o sobre el reportaje. Incluso, a muchos profesores de la especialización los invitamos a compartir con nosotros, y es así como en la organización han estado Omar Rincón, Delys De la Rosa, encargada de la especialización, y los decanos anteriores Alberto Martínez y Oscar Durán.²⁹

Nosotros invitábamos a la gente de la universidad a la organización, y luego ellos nos invitaban a la universidad. Tanto así que el programa de comunicación social y periodismo necesitaba validar el impacto social ante el Ministerio de Educación, y nosotros nos convertimos en la experiencia a mostrar ante los pares en el proceso de acreditación.

De esa colaboración, como señala Díaz, surgen las preguntas que han guiado el trabajo sobre ciudadanía y comunicación: ¿Qué es ciudad?, ¿qué es desarrollo?, ¿qué es comunicación?

También ha surgido la iniciativa de conformar una red de egresados de comunicación para el desarrollo, y, así, en 2010 organizamos una mesa redonda que involucró no solo a la Tadeo, sino a muchas otras universidades para mirar el tema de la comunicación a la luz de tres preguntas: ¿Qué ciudad?, ¿qué desarrollo?, y ¿qué comunicación? Estas tres preguntas están rondando permanentemente en los procesos de encuentro y reflexión. Ó sea: ¿en qué ciudad nos ubicamos?, ¿a qué modelo de desarrollo apostamos?, y ¿qué comunicación se requiere para que esta ciudad tenga un modelo de desarrollo más alternativo e incluyente?

Estos procesos de reflexión generados por la organización y la academia se concretan, además, en otro tema que también apunta a producir un impacto sobre la ciudad. Continúa Carlos:

De repente nos encontramos con que en ese mismo año la Tadeo había venido cuajando la propuesta de la Red de Voces para Construir Ciudad, que surgió de la clase de radio de la profesora Dellys De la Rosa. Entonces, un proyecto de aula se convirtió en un proceso más amplio, inicialmente para pensar la ciudad desde la radio, pero también para pensar qué radio necesita esa ciudad, donde se cuestiona específicamente a programas que denigran y tratan muy mal al oyente. Cuando nosotros nos enteramos de este proceso participamos en él, y luego nos vinculamos de manera más directa a la Red de Voces, aportando y enriqueciendo el asunto, porque aun cuando a nosotros el tema de radio no lo hemos trabajado, creemos que podemos aportar al asunto.

El primer ejercicio producto de este trabajo se llamó “Dónde están los comunicadores que comunican para el desarrollo en Cartagena”, que fue una primera reunión de comunicadores y comunicadoras para el desarrollo con esta perspectiva. “Y cada vez que hay una reflexión sobre esto, nuestro aporte busca señalar que otra comunicación es posible, que otro desarrollo es posible y que otros medios de comunicación son posibles, más allá del asunto de la radio”, concluye Carlos Díaz.

Hasta aquí podemos ver un mapa general de las interacciones Funsarep-ciudad-academia-Estado, a partir del cual encontramos que la organización ha logrado tejer una rica y compleja trama de relaciones con su contexto social, al adoptar un rol activo que no se queda en la simple recepción y gestión de recursos, sino

en la generación de propuestas y acciones coherentes con sus estrategias y líneas de acción.

3.6.2. Participando en el INI

La continua atención que Funsarep mantiene sobre la oferta y oportunidades de recursos, le hace ostentar el nada despreciable récord de dieciséis becas, apoyos y oportunidades de formación ganadas entre 2001 y 2009, entre ellos seis años continuos de actividades culturales concertadas con el Ministerio de Cultura, y la beca para 'Formación de nuevos realizadores regionales' de la convocatoria nacional para proyectos audiovisuales 'Imaginando nuestra imagen (INI)', que realiza el Ministerio de Cultura a través de la Dirección de Cinematografía.

A esta convocatoria se presentaron con un ejercicio que alguna vez habían grabado con una cámara rudimentaria, al que llamaron *Puesto fijo*, porque vieron en el INI la oportunidad de realizar ese ejercicio formalmente. La historia es la de dos muchachos que se pelean en una fiesta por una silla. Con la frase "quien se fue pa' Barranquilla perdió su silla", un joven termina violentando al otro. La idea que está en el trasfondo es que muchos de los conflictos que comprometen a los jóvenes se originan, precisamente, en la costumbre de pelear por cualquier cosa, lo que se traslada a un ámbito más amplio, como el barrio. Es decir, una historia cotidiana acerca de la resolución de conflictos para trabajarla con los "pelaos" y con el resto de la gente en los talleres de formación de ciudadanía.

180

Ahora bien, sobre la pertinencia de estos programas y recursos estatales, y, más allá, sobre la necesidad de unas políticas públicas que faciliten el acceso a ellos en una ciudad como Cartagena, que desde hace muy pocos años dispone de un portafolio de estímulos para lo audiovisual, Carlos Díaz hace la siguiente reflexión:

Reconozco que el IPCC ha tomado algunas iniciativas, pero, en mi opinión, muy puntuales. En el 2008 logró que se realizara por primera vez en Cartagena el proyecto de Mincultura 'Imaginando nuestra imagen (INI)', experiencia que permitió que tanto realizadores independientes como organizaciones sociales y universidades pudieran apuntarse y participar de un proceso de formación. Nos presentamos al INI porque vimos que la convocatoria permitía la participación de grupos comunitarios y de organizaciones sociales; no era exclusiva para profesionales o académicos. Pero una crítica que le hago a este tipo de procesos es que operan por convocatorias puntuales y ya. Yo creo que Cartagena podría localizar, sin ningún problema, una propuesta como el INI de manera permanente. No requeriría del Ministerio de Cultura para que haya un proceso continuado de formación de nuevos creadores, y para que haya una producción audiovisual permanente. Como ejemplo de esto, tenemos la experiencia que la caja de compensación de Comfenalco,

el FICCI y la Secretaria de Cultura han hecho con las comunidades de Caño del Oro y Bocachica, entre otras.

Por eso creo que el IPCC debió estar en la mesa de Santa Marta, pues una de nuestras propuestas apuntó hacia la necesidad de una política audiovisual de carácter local. Porque volvemos a equivocarnos en términos de ciudad cuando no aportamos unas políticas apropiadas para que se fortalezca el campo audiovisual.

3.7. La relación con el público

Sobre la forma cómo Funsarep aborda la relación con su público o públicos, debemos acudir de nuevo a las respuestas de Carlos Díaz:

A nosotros nos preguntan mucho cómo participa la comunidad, y nosotros hemos venido encajando una respuesta: “Nosotros somos comunidad”. Todas las personas que hacemos parte de Funsarep somos trabajadores, somos socios y socias y tenemos la posibilidad de incluir mucha más gente, por ejemplo, todas las familias nuestras participan, incluso en las producciones audiovisuales, con el asunto de los mobiliarios, de los equipos, para que nos presten sus casas...

Los productos audiovisuales se convierten en material formativo para un primer público que somos nosotros mismos, es decir, el equipo de trabajo de la organización aprende todo lo referido a una realización audiovisual, hay un proceso de escuela con todos los que participamos. Luego hay un segundo público que es la gente que hace parte de los trabajos que desarrollamos, específicamente los jóvenes. Todas nuestras formas de comunicación, audiovisuales o escritas, van dirigidas a un público joven, y por eso tratamos de utilizar un lenguaje claro y sencillo. Sin embargo, hay que aclarar que también apuntamos a que puedan ser vistos por el niño, la niña y los adultos. Además, debe ser divertido, debe entretener, al tiempo que forma y educa.

El proceso de creación y producción es, de hecho, con el público. El trabajo teatral *Me gritaron negra* y el documental *Pelo rucho* siguieron la pauta marcada en ese sentido por *El man correcto*. El equipo se tomó un semestre en la búsqueda creativa hasta llegar a la historia del audiovisual ganador, y todo el proceso fue una gran excusa para mirarse en una práctica oral-cultural propia, que narra la realidad de las mujeres en los sectores populares de Cartagena.

Por tanto, el primer público es el equipo audiovisual. El segundo público es la gente del barrio que hace parte de la grabación, y el tercer público es el resto de la comunidad, la ciudad y la región.

3.8. Factores de éxito y dificultades

En este análisis debemos distinguir entre los factores que hacen de Funsarep una organización exitosa en el campo de la promoción y la educación popular, y aquellos que han incidido en el éxito de su desempeño en el área de la comunicación y la producción audiovisual, los cuales, obviamente, no se dan de manera aislada de las formas de accionar de la organización en su gestión social.

En el primer caso, la organización identifica como aciertos los siguientes factores:

- a. Vasta experiencia y conocimiento de la pedagogía y metodología de la educación popular, como proceso de construcción colectiva de conocimientos en una dinámica intercultural. Las transformaciones que la organización promueve se ubican en la dimensión personal y social, así como en la construcción de democracia integral, en la cual las personas llegan a ser protagonistas y actores sociales del desarrollo y la ciudadanía.

Esta concepción se ve aplicada en los procesos de formación y producción audiovisual, en los que la participación de la comunidad es un requisito *sine qua non* para poder otorgar ese protagonismo y para poder hablar de medios y de comunicación ciudadana.

- b. Excelente personal administrativo, operativo y voluntario, y sus equipos de trabajo comparten el ideario de la asociación, sus propósitos y el compromiso con el 'Proyecto común global'. Hombres y mujeres que mayoritariamente viven en el mismo sector asumen una corresponsabilidad y una gestión participativa para llevar a término las acciones de Funsarep.

Recordemos que el deseo de profesionalizar la labor de comunicaciones que venía ejerciendo de manera empírica Carlos Díaz en la organización es lo que motiva su inscripción y la de otro compañero en el posgrado sobre comunicación para el desarrollo de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

- c. Conformación de equipos de trabajo con el aporte de personas del mundo académico o de las ONG de desarrollo, expertas en los ejes de formación y organización previstos.
- d. Habilidad para las alianzas con organizaciones sociales locales, regionales e internacionales, y una larga experiencia con la cooperación internacional.

Esta habilidad ha resultado estratégica en la gestión de recursos para sus proyectos audiovisuales, en especial los más recientes, que contaron con recursos de entidades locales y de cooperación extranjera.

- e. Claridad conceptual y metodológica, que orienta el proceso de empoderamiento de los sujetos participantes y los avances en el fortalecimiento institucional y en las políticas económicas de la asociación.

Esta claridad de objetivos es otra condición irremplazable en todo proyecto de comunicación, audiovisual o no, que en este caso ha sido aplicada en rigor a las producciones de Griots Comunicaciones y posteriores.

En el campo de la comunicación y el audiovisual como tales, este estudio puede identificar los siguientes factores de éxito:

- a. Trabajar enfatizando fortalezas, sin dejarse limitar mucho por la escasez de recursos técnicos o económicos. Este es, quizá, un atributo propio de la juventud de los involucrados, y del subrayado permanente que le hacen a su autonomía: *No depender de nadie, no deberle nada a nadie* pareciera ser una consigna que se yergue como un baluarte político. Son ciudadanos de su barrio, con sus necesidades y precariedades, pero, sobre todo, con sus fortalezas.
- b. Comprometer a todos y todas en la tarea audiovisual, con una participación que no parece mediada por la presión del resultado final, sino que, por el contrario, es altamente lúdica y didáctica. Sentirse y hacer sentir a los otros como parte del “bonche” está relacionado con esa forma comprometida de hacer las cosas.
- c. Rescatar en los contenidos de sus producciones la identidad étnica y sus reivindicaciones sociales y políticas, las realidades juveniles desde la mirada de los propios jóvenes y la problemáticas del barrio como pretextos para la reflexión colectiva.
- d. Usar la localidad, el barrio y los espacios comunes como locación cinematográfica, que logra que la gente se apropie en la lente cinematográfica de sus espacios cotidianos, señala también una apropiación territorial como la que otrora significaron los palenques.
- e. Incorporar en las historias situaciones hilarantes, temas amorosos y música. El teatro, como vivencia colectiva es, en muchas ocasiones, un ejercicio previo al procedimiento audiovisual, y aporta la lúdica en el momento del aprendizaje colectivo.
- f. La didáctica-dialéctica de la puesta en común del producto final, con foros que permiten la interacción con los espectadores y refuerzan el contenido educativo de la comunicación y de la construcción de ciudadanía.

3.8.1. Dificultades o debilidades

En el caso de Funsarep, quisimos hacer una distinción entre la única situación que la organización menciona como dificultad para su trabajo, que es la falta de equipos profesionales para la producción y posproducción audiovisual, y lo que podemos deducir como dificultad o debilidad a partir del estudio de la experiencia.

En cuanto a lo identificado por el grupo, llama la atención el hecho de que sus voceros omitan la mención —recurrente en estos casos— a la falta de apoyo de los entes estatales y privados, o a las precarias condiciones ambientales de seguridad y de infraestructura que afectan la zona donde desempeñan su trabajo. ¿Se debe entender, de esta respuesta, que todo lo que la organización requiere para continuar su apropiación del audiovisual son los equipos de producción y posproducción?

En cuanto a las debilidades que la investigación pudo identificar, podemos mencionar la falta de sostenibilidad financiera del proyecto audiovisual, que llevó a la virtual parálisis del colectivo Griots Comunicaciones y a la dependencia de recursos provenientes de convocatorias, subvenciones o patrocinios puntuales para el desarrollo de sus producciones.

Así mismo, se hacen evidentes los retos en materia de calidad de la producción, pues, si bien los productos dan cuenta de un esfuerzo creciente por mejorar tanto en lo técnico como en lo narrativo, aún persisten las debilidades en uno y otro aspecto.

184

En estrecha relación con lo anterior, notamos la ausencia de Funsarep y de Griots Comunicaciones en espacios de circulación como las muestras y festivales nacionales de video comunitario 'Ojo al sancocho' y 'Festival nacional de cine y video comunitario', de Cali. Así mismo, se acusa la no participación en redes nacionales o regionales de producción audiovisual, cine, o video, lo cual le resta posibilidades de competencia y acceso a recursos y oportunidades de coproducción.

■ 4. Análisis del caso

Si volvemos a mirar el contexto en el que surge el proyecto de comunicación audiovisual de Funsarep veremos cómo la experiencia estudiada se da en medio de y a propósito de los procesos de formación de líderes y lideresas comunitarias, en medio de las luchas de las poblaciones afrocolombianas de Cartagena por conquistar un territorio y un espacio político en la ciudad, en medio del trabajo por el rescate de la identidad cultural, y en medio, también, de unos hábitos de consumo mediático que determinan gustos y preferencias en los jóvenes

hacia ciertas formas narrativas sobre las cuales cabalga el proyecto audiovisual de Funsarep.

Sabemos que los contenidos que ofrece la televisión y la radio comercial distan mucho de reflejar las realidades cotidianas de millones de personas que viven en los estratos 1, 2 y 3 de nuestras ciudades, y que si estas realidades y problemáticas aparecen en la agenda de los medios lo hacen bajo visiones estereotipadas, estigmatizantes, parciales y marcadas, sea por el sensacionalismo o por la conmisericordia. Lo que se está haciendo en los sectores populares de Cartagena, según podemos deducir de la experiencia estudiada, es atender una necesidad latente de expresión y de visibilización que los medios comunitarios, el video, la Internet y las redes sociales contribuyen a satisfacer.³⁰ Los jóvenes, en especial, carecen de “palabra” en el sentido de que nadie los escucha, como no se escucha la voz de las mujeres y, en general, la de las comunidades que viven por fuera de la Cartagena turística.

4.1. La apropiación del audiovisual para la educación popular

La intención de la organización es, como lo expresan sus voceros, la de crear capacidades comunicativas en los jóvenes para que puedan ejercer la ciudadanía, es decir, hacerse **oír** e incidir con su **palabra** y sus **imágenes** en el destino de la ciudad que habitan. Pero, si bien se reconoce que estas prácticas no garantizan de por sí esa construcción —que es individual y colectiva—, también se tiene claro que sin su ayuda los procesos de formación y transformación caminarían mucho más lentamente.

185

Desde la perspectiva de los usos sociales del audiovisual, la experiencia de Funsarep constituye, por un lado, un caso de apropiación pedagógica del audiovisual aplicada al campo de la educación popular para promover una nueva ciudadanía, y, por otro, es una válvula de alivio para los discursos y sentidos que comienzan a tejerse desde los procesos juveniles y barriales. Los protagonistas de las películas realizadas por Griots son reconocidos en la calle, y continuamente les preguntan cuándo viene la próxima producción, como les sucedió a Yorismel y a Milton.

Al apropiarse, entonces, de las posibilidades expresivas (o narrativas) del video, los jóvenes se convierten en los nuevos griots de sus “tribus” urbanas. El video, es decir, la imagen, les confiere identidad y pertenencia a una comunidad y a sus leyendas, es decir, que podríamos estar hablando de una comunidad de sentido, como las describe Duque Daza (2001):³¹

Si bien la dinámica y la vida cotidiana de los individuos poseen una dimensión individual que las constituye, estas están inmersas, a su vez, en múltiples interacciones sociales a partir de las cuales [...] se articulan con otros sujetos, participan de lo que otros hacen, se inte-

gran y recrean vínculos, construyen significados intersubjetivamente y realizan acciones conjuntas que expresan lo colectivo, no como totalidad, ni subordinación, sino como parcialidad y libertad integrativa. [...]. En esta dirección se configuran las comunidades de sentido, en tanto nexos vinculantes contruidos autónomamente, aglutinamiento en ámbitos parciales y especializados de la vida cotidiana, y a partir de los cuales las personas construyen perspectivas de vida y de acción, un actuar reflexivo y coordinado con otros, conjunción de referencias individuales y colectivas.

Recordemos que la educación popular referenciada aquí es aquella que el modelo pedagógico de Pablo Freire, su principal inspirador, llama “educación liberadora” o “transformadora”. Es un modelo de tipo endógeno, según el concepto de Mario Kaplún, que se centra en la persona y pone énfasis en el proceso.³² “Es en nuestra región [Latinoamérica] donde Freire y otros educadores le imprimen su clara orientación social, política, y cultural y la elaboran como una ‘pedagogía del oprimido’, como una educación para la liberación de las clases subalternas y un instrumento para la transformación de la sociedad”.³³

En una versión es decir, en una apropiación teórica de estos postulados, Funsarep busca ese efecto liberador, contextualizándolo, en las condiciones actuales, en el empoderamiento de las personas para el ejercicio pleno de sus derechos sociales, económicos, culturales, y en la comunicación.

186

Es un tipo de educación donde “nadie educa a nadie; donde nadie se educa solo sino que los hombres se educan entre sí mediatizados por el mundo. Se aprende de verdad lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reinventa y no lo que simplemente se lee y se escucha”, resume Kaplún.

Por su parte, Elina Hernández (1997) dice que a partir de la década de los setenta el video se sumó a la esfera audiovisual, y, sin lugar a dudas, enriqueció el sistema de medios en la educación popular. Reconoce que características tales como la inmediatez del producto, un manejo sencillo de los equipos y el registro simultáneo de la imagen y el sonido facilitaron extraordinariamente su uso en la comunicación popular.³⁴

Funsarep, a partir de su praxis educativa, conoce el impacto de los medios industrializados sobre los imaginarios de poder, ciudad, mujer y desarrollo, y propone, a cambio, un discurso contra hegemónico en su estética (no hay maquillaje, no hay artificio, no hay efectos especiales), en sus escenarios (hay calles de tierra en lugar de avenidas, chazas ambulantes en vez de centros comerciales, mujeres comunes en lugar de reinas y modelos), en su lenguaje (coloquial y sin ambages), y, por supuesto, en su intención, que es tanto política como pedagógica.

Funsarep parece lograr ese cometido, ya que sus obras audiovisuales, realizadas con las comunidades afrocolombianas de Santa Rita y barrios aledaños, son

historias en las que cada cual “cuenta su cuento”. Queremos indicar con esto que se aprecia un *insight* en los miembros de Griots Comunicaciones, en tanto afrodescendientes y en tanto habitantes de la zona nororiental. Mirada interior que comienza en el proceso de creación y planeación de los relatos; sigue en la etapa de la producción, donde se ponen en juego valores de colaboración, solidaridad y esfuerzo colectivo; continúa en el momento de la proyección para los espectadores; y culmina, al menos en ese primer ciclo, con el foro o la discusión que se promueve entre el público después de la “función”.

En otras palabras, como un logro a destacar, la cohesión social de quienes participan se expresa y se articula también alrededor del trabajo audiovisual, y no solo en los espacios de interlocución y participación en los que los sujetos sociales intervienen como resultado de sus procesos de empoderamiento. Los jubilados que aparecen en un largometraje son, en realidad, los dirigentes comunales de Redecom, y la señora que cobra en besos por una silla en *Canto a la libertad* es la mujer del puesto de frutas de la esquina.

“Nuestra intención siempre ha sido tener el control y el manejo sobre todos los procesos y no depender de nadie, porque bien hemos podido hacer el video y que alguien nos lo editara, hemos podido hacerlo y esperar a que lo mostraran en un medio de comunicación”, precisa un miembro de Griots. En cambio, como también prefieren hacerlo los campesinos de los Montes de María y los indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta, los jóvenes de Cartagena prefieren equivocarse varias veces antes hacerlo perfecto, pero lo hacen por sí mismos. Todo el proceso.

4.2. Lo identitario en el audiovisual

La conciencia de pertenecer a la etnia afrocaribe y la reivindicación de esa pertenencia es un elemento que no solo está presente, sino que define buena parte de los procesos de Funsarep. En tres de los cuatro trabajos observados, el ciudadano o ciudadana que participa en la aventura audiovisual se reconoce a sí mismo como parte de la ciudad en tanto su color y sus rasgos culturales son de origen afro, pero, paradójicamente, también en virtud de esos rasgos se siente excluido y estigmatizado.

¿Hay raíces cimarronas en estos procesos de ciudadanía? Es una pregunta que surge de los relatos de los entrevistados y del discurso que ya comienza a configurarse en sus producciones, pero la respuesta merece una reflexión y un análisis más detallado por parte de la sociología.

Las raíces afro de lo que producen, editan y observan las comunidades de Santa Rita es resultado de una reflexión que les presta identidad. “Volver a las raíces”, expresan en sus entrevistas, en lo que parece una alusión a la utopía de volver a

África, originada en algunas corrientes criollistas del Caribe antillano y presente también en las creencias de los rastas. Pero es en sus historias locales, salidas de la barriada, donde comienza a configurarse un imaginario de heroísmo de la “raza negra”. El mito de los héroes libertarios, la leyenda del barco de Barú y la creación de los palenques son referentes centrales de *Canto a la libertad*.

Finalmente, es pertinente señalar que, como resultado de este proceso de apropiación del audiovisual, puede hablarse también de la transformación de la mirada de los sujetos, sobre sí mismos y sobre su propio entorno, es decir, de una reconfiguración de las identidades individuales y colectivas. Milton Mendivil cree firmemente que desde este tipo de trabajos es posible y válido

transformar esta sociedad o conseguir una Cartagena posible. [...] presentar a la ciudadanía videos que sensibilicen, que concienticen en contra de drogas, en contra de las violencias que se dan entre los géneros, es una manera de hacerlos caer en la cuenta de que ese tipo de situaciones son las que nos están llevando a esta violencia que hemos vivido y de esta manera cambiar un poco esa mentalidad.

En Colombia está documentado un caso similar de experiencia juvenil con el audiovisual, representado en el Colectivo Pasolini en Medellín,³⁵ en el cual se hallaron evidencias no solo de esta reconfiguración de la mirada de los jóvenes de la Comuna 13 a partir de la herramienta audiovisual, sino también de resistencia simbólica frente a las imágenes que proyectan los grandes medios. Sobre esta experiencia, en la que jóvenes de barrios periféricos exploran la ciudad desde su propia experiencia, recomendamos ver el documento de Mónica Pérez y Jair Vega.³⁶ Allí dicen los autores:

A su juicio, a partir del concepto de transferencia de medios, desarrollaron una serie de procesos formativos en técnicas y conceptos audiovisuales y etnográficos para que los jóvenes participantes pudieran volver a su propio territorio —el barrio— para observarlo nuevamente y detenerse en aquello que pareciera no tener ninguna importancia: lo cotidiano; y así pensar de manera crítica sus identidades barriales, y los imaginarios que la ciudad y en gran medida la violencia han construido sobre ellos. (Arango y Pérez, 2004).

Esto tiene una enorme resonancia con el caso de Funsarep, cuyos relatos juveniles desde lo cotidiano inducen a esa mirada crítica sobre la realidad de una población que vive en la periferia de Cartagena.

4.3. La circulación de los productos

La experiencia muestra también a una generación que “se quiere ver” en todo tipo de pantallas. De algún modo, la faceta “novelesca” está en el imaginario colectivo, alimentado por las secciones de farándula de los noticieros, y Funsarep

acude al esquema de los géneros comerciales para organizar una programación propia que habría de emitir a través de *Palabra joven*, y luego sale a las calles a mostrar la obra de todos, proyectando sobre casas, iglesias, escuelas, muros callejeros. Pero más allá de las proyecciones en el barrio y de las emisiones del canal comunitario, los productos de Funsarep circulan poco por la televisión regional y local. No se han presentado en el canal de la Universidad de Cartagena ni en Telecaribe por dos razones: la primera es que no cumplen con los estándares técnicos para emisión y la segunda es que los trabajos son muy largos. Pero esto último a ellos los tiene sin cuidado: “A nosotros lo que nos interesa es contar la historia y no limitarnos para que salgan en algún medio de comunicación”.

De nuevo, citando los principios de la educación popular, según los cuales solo hay verdadero aprendizaje cuando hay proceso y autogestión de los educandos, en Funsarep hay un énfasis en los procesos, de los que se reconocen tres tipos: de formación, de empoderamiento y de movilización.

La polisemia del nombre escogido para bautizar su primer intento de agrupación —El Bonche— y el juego fonético de su primera producción (*El man correcto / El manco recto*) habla en última instancia de lo novedoso de su cuestionamiento como ciudadanos en una urbe a la que no acceden con facilidad y cuya sociedad minoritaria blanca o mestiza los agrede y aísla. La palabra “bonche”, de uso amplio en el gran Caribe, hace alusión a un grupo alegre, bullicioso, fiestero; que se celebra y se canta —como Whitman— en medio de la dificultad. Era de esperarse, entonces, una pronta identificación con sus raíces africanas y una búsqueda en lo musical.

Más adelante, andando en el camino, se da el encuentro de la práctica social con el mundo académico, y se llega a una pregunta polémica: “¿Dónde están los comunicadores que comunican para el desarrollo de Cartagena?”. Allí, en su participación en la ‘Red de voces para construir ciudad’, y en sus procesos de educación popular, agenciados desde el barrio y con el barrio, están algunas de las apuestas políticas de esta organización, y creemos que sus apuestas audiovisuales continuarán estando al servicio de sus apuestas políticas.

■ Anexo 1

Ejemplo de la narrativa

Carta a Pedro

Fragmentos de un relato en clave epistolar, de unos integrantes del *Colectivo de hombres jóvenes de reflexión y acción juvenil en perspectiva de género*, grupo de muchachos promovidos por Funsarep, que comenzó a reflexionar sobre las nuevas mascu-

linidades. Es frecuente el tono bíblico en la literatura de la organización, proveniente, quizá, del trabajo realizado por la Pastoral Social y otras escuelas religiosas en las barriadas populares de Cartagena. Es una carta a Pedro, una especie de “amigo imaginario”, que nos hace pensar en Claver, al que se está contando una nueva y emocionante experiencia:

Cartagena, marzo de 2006

Amigo Pedro:

Recibe un caluroso saludo desde Cartagena, la Ciudad Heroica, de parte de estos jóvenes heroicos que hacemos parte del ‘Colectivo de hombres jóvenes de reflexión y acción juvenil en perspectiva de género’, tremendo nombre para un grupo que hasta hace muy poco apenas lo integrá-bamos entre siete y nueve pelaos.

Todavía nuestro espacio no tiene nombre, pero sí tiene, desde hoy, nuevos integrantes. Ahora somos más o menos dieciséis las personas que hacemos parte de esta película. Los jóvenes nuevos tienen algo en común, y es que han sido o son bibliotecarios de la biblioteca comunitaria ‘Juventud por la vida’, de Funsarep, la misma biblioteca que algunos de nosotros fundamos y donde trabajamos hace ya bastante tiempo, pero que nunca hemos olvidado y dejado de apoyar.

[...] somos unos convencidos de que la reflexión sobre la manera cómo los jóvenes nos estamos y queremos construir como hombres debe ampliarse a otros pelaos que, como nosotros, tienen tan poco y necesitan tanto en sus bolsillos y equipajes en cuanto a la construcción de nuevas relaciones entre los géneros.

Mientras los hombres del Colectivo nos rompíamos la cabeza sobre la manera creativa de convocar a nuevos participantes, Yenifer, amiga del ‘Colectivo de mujeres jóvenes el beso de los senderos nuevos’ (ellas sí tienen nombre desde el principio) y co-responsable de la biblioteca ‘Juventud por la vida’, se nos adelantó e invitó de boca a sus compañeros de labores.

¡Qué efectiva fue la con-boca-toria de nuestra amiga y compañera de camino Yenifer! Así como hay un enfoque pro-feminista en este cuento de la construcción de nuevas masculinidades que es tan variado, también hay dentro de la perspectiva feminista uno a favor de la arquitectura de hombres nuevos creadores de una nueva historia en las relaciones entre los géneros sin dominaciones, y Yenifer lo desarrolló al animar a todo su equipo de bibliotecarios a hacer parte de nuestro Colectivo. [...]. Todos los jóvenes invitados por Yenifer participaron en la reunión de hoy. ¡Y de qué manera!

En parejas o tripletas, pero nunca solos, fueron llegando a Funsarep y medio saludando a los que nos encontrábamos en la biblioteca aguardándolos. Como era de esperarse, llegaron llenos de expectati-

vas y timidez [...], nuestros encuentros desde hace rato no los hacemos encerrados en salones, sino en la esquina donde normalmente nos encontramos los jóvenes para hablar y vacilar.

Luego de cargar cada quien su silla, y la de sobra, que siempre dejamos para quien pase y quiera sentarse en ella, pensamos que lo mejor que podíamos hacer aquella noche era conocernos. Sí, que cada quien se presentara a partir de una pregunta bastante sencilla que todos a diario nos hacemos y contestamos: “¿Quiénes éramos cada uno de aquellos hombres jóvenes sentados a la intemperie del universo barrial de esa esquina?”.

Que cada quien se tomara un par de minutos para pensar y luego empezara a hablar sobre sí mismo. Amigo Pedro, por qué tomarse tanto tiempo para pensar una pregunta tan fácil, pensamos, dijimos y decidimos. ¿Piensas igual que nosotros que este es un interrogante sencillo de responder? ¿Te has hecho esta pregunta y la has respondido alguna vez? Tienes dos minutos para hacerlo si no lo has hecho todavía.

Los dos minutos pasaron a ser cuatro, cuatro y cuatro ocho, ocho y ocho dieciséis, y si la noche no fuera tan larga y peligrosa la hubiésemos cogido toda ella para solo pensar esa sencilla, pero esquiva pregunta que nos daba vueltas y vueltas, y no le hallábamos respuestas o, por lo menos, no sabíamos cómo responderla en voz alta y delante de los amigos con quienes estamos pasando nuestra juventud.

Toda la noche tampoco hubiese sido suficiente para responder a una pregunta que en 17 o 24 años de vida por primera vez la mayoría se hacía o le hacían. De hecho, esta es una de las grandes preguntas que cada noche de encuentro del Colectivo nos venimos haciendo y respondiendo. Por esto decidimos no seguirnos rompiendo el *coco* intentando responder cada uno quién es desde sí mismo, por lo menos no aquella noche o la primera noche de la mayoría de los participantes.

Amigo Pedro, pero había que hacer algo para entrar a conocernos, y decidimos seguir insistiendo en la pregunta, pero haciéndole un cambio en la forma de pensarla y responderla. Que ya no la pensáramos y respondiéramos cada quien en relación consigo mismo sino en relación a los demás. ¿Quiénes son esos hombres jóvenes que tenemos de compañeros o amigos, con los cuales hemos compartido barrios, estudios, trabajos, equipos deportivos, amigos o, incluso, novias? La mayoría de las veces es más fácil hablar de los demás que de nosotros mismos. Esta vez no fue la excepción.

Fraternalmente,

Alexander García, Alexander Neira, Arlib, Carlos, Cristian, Henry, Jesús, José, Jorge, Manuel, Marvin, Michael, Milton, Ricardo, Víctor, Yair y Yorismel.

■ Notas

- 1 Tomado de la página web del Departamento Nacional de Estadísticas. Disponible en: <http://www.dane.gov.co> . Consulta: 20 de febrero de 2011.
- 2 Documento en PDF, disponible en: www.iadb.org. Consulta: 20 de febrero de 2011.
- 3 Constitución política de Colombia, artículo 356.
- 4 Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Disponible en: <http://www.dane.gov.co> . Consulta: 20 de febrero de 2011
- 5 Disponible en: <http://www.gobernabilidaddemocratica-pnud.org>. Consulta: 27 de febrero de 2011.
- 6 María M. Aguilera; Adolfo Meisel. (2009). Documentos de trabajo sobre economía regional: ¿la isla que se repite? Cartagena: Banco de la República.
- 7 Gerson Pérez V.; Irene Salazar Mejía. Documentos de trabajo sobre economía regional, N° 94. La pobreza en Cartagena: un análisis por barrios. Agosto de 2007. Disponible en <http://www.banrep.gov.co>. Consulta: 28 de febrero de 2011.
- 8 Disponible en: www.cartagenacomovamos.org. Consulta: 30 de marzo de 2011.
- 9 Ídem.
- 10 Gerson Pérez V.; Irene Salazar Mejía. Documentos de trabajo sobre economía regional, N° 94. La pobreza en Cartagena: un análisis por barrios. Agosto de 2007. Disponible en <http://www.banrep.gov.co>. Consulta: 28 de febrero de 2011.
- 11 Consultoría para los Derechos Humanos y Desplazamiento. Número de Personas Desplazadas por municipio de llegada 1999-2010. Fecha de corte: 31 diciembre de 2010. Disponible en: <http://www.codhes.org>. Consulta: 28 de febrero de 2011.
- 12 Ídem.
- 13 Ídem.
- 14 Disponible en: www.proexport.com.co. Consulta: 20 de febrero de 2011.
- 15 Observatorio del Caribe. Disponible en: www.ocaribe.org.
- 16 Luis Alberto Zuleta; Lino Jaramillo. (2006). Cartagena de Indias: impacto económico en la zona histórica. Bogotá: Corporación Centro Histórico de Cartagena.
- 17 Ídem.
- 18 Se refiere a la Red Local de Organizaciones Barriales y Liderazgos Sociales (Redecom), producto de los procesos de formación ciudadana impulsados por la Escuela de Ciudadanía e Interculturalidad de Funsarep en 2006.
- 19 Palabra joven se emitió a través de un canal local comunitario, pero los jóvenes subieron a YouTube un video que describe lo que hacían en el mismo. Véase: http://www.youtube.com/watch?v=o4Z_aZl0l3I&feature=related.

- 20 Véase: <http://www.facebook.com/group.php?gid=33762141850&v=wall>.
- 21 Entrevista a Carlos Díaz. Cartagena, febrero 14 de 2010
- 22 Edwin Tapia Góngora. Desplazamiento en Cartagena: entre la invisibilización, la deuda social y el desinterés gubernamental. Documento en PDF, Consultoría de los Derechos Humanos y el Desplazamiento, disponible en: www.codhes.org. Consulta: 30 de marzo de 2011.
- 23 Alcaldía Mayor de Cartagena. Formulación de políticas públicas para la infancia y la adolescencia en el Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias. Documento en PDF, Disponible en: www.cartagena.gov.co. Consulta: 30 de marzo de 2011.
- 24 Edwin Tapia Góngora. Desplazamiento en Cartagena: entre la invisibilización, la deuda social y el desinterés gubernamental. Documento en PDF, Consultoría de los Derechos Humanos y el Desplazamiento, disponible en: www.codhes.org. Consulta: 28 de febrero de 2011.
- 25 Disponible en: <http://www.funsarep.org.co/comunicacionydesarrollo.html>.
- 26 Ídem.
- 27 Ídem.
- 28 Ídem.
- 29 En esto, Funsarep ha desarrollado una estrategia similar a la del Colectivo de Comunicaciones Montes de María al invitar a profesionales de alto nivel a realizar pasantías y compartir su experiencia con el equipo de trabajo.
- 30 Valga mencionar la presencia de Griots Comunicaciones en la web a través de su blog: <http://griotscomunicaciones.blogspot.com/>, y en Facebook a través de: <http://es-es.facebook.com/people/Griots-Comunicaciones/100000424136650>.
- 31 Javier Duque Daza. Comunidades de sentido. Interacciones y movimientos sociales. Papel Político, N° 13, octubre de 2001. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/politicas/publicaciones/documents/1.Comunidades.pdf>. Consulta: marzo de 2011.
- 32 Mario Kaplún. (1985). El comunicador popular. Quito: Ciespal.
- 33 Ídem.
- 34 Elina Hernández Galarraga. (1997). El video como medio de educación popular. *Revista Electrónica VIDEO*. Vol 2. N° 7. La Habana: Televisión Educativa. Universidad Pedagógica Enrique José Varona. Marzo de 1997.
- 35 Pasolini en Medellín. Apuntes para una etnografía visual sobre la periferia urbana- Proyecto de investigación propuesto inicialmente en una tesis de pregrado en antropología, de la Universidad de Antioquia.
- 36 Mónica Pérez Marín; Jair Vega Casanova. (2010). Memorias de organizaciones juveniles, comunicación e identidades políticas. Estudio de caso del Colectivo Pasolini en Medellín. En *Pensar la Comunicación*. Reflexiones y resultados de investigación. Tomo II. Medellín: Universidad de Medellín.
- 37 Corresponde a una de sus columnas de prensa publicada semanalmente en *El Universal*, de Cartagena.

San Andrés, un paraíso en problemas "So much to see much more to show"

Experiencia: Fundación Henrietta's Group

Localización: Isla de San Andrés (departamento archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina)

Año de creación: 2002

Período de estudio: 2009-2011

Procesos de formación en producción audiovisual con grupos juveniles de la isla

"Una de las cosas que se busca es alejarlos de la violencia, de la moto, del wawei, de la pelea. [...] San Andrés ya no es el paraíso que cree todo el mundo."

Una integrante de Henrietta's Group

Henrietta's Group es una organización que trabaja en procesos de circulación del audiovisual, de formación de públicos y de producción en la isla de San Andrés, con jóvenes estudiantes y su entorno inmediato. Aunque venía trabajando informalmente desde 1998, en 2002 se conforma como fundación, y desde entonces sus integrantes llevan cine a los barrios y organizan una muestra de videos y un concurso de realización que se llama *72 horas de encarrete isleño*.

194

■ 1. Características del contexto

La Fundación Henrietta's toma para sí el antiguo nombre inglés de la isla de San Andrés, que, junto a Old Providence, hoy Providencia, y Santa Catalina, conforma un archipiélago pequeño, pero estratégicamente ubicado sobre el Caribe suroccidental.¹ Hace unos años, para los lectores de la revista *Credencial Historia*, así describieron June Marie Mow y Alberto Abello² a su capital, San Andrés:

San Andrés es una ciudad insular, emplazada en el corazón de una reserva de la biosfera en la que ciudad e isla se confunden con el mismo nombre. Es la capital del departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, constituido como tal luego de la expedición de la nueva Constitución en 1991, que reguló la organización y el funcionamiento de las antiguas intendencias. También es la más reciente de las ciudades capitales del Caribe colombiano.

Por su posición geográfica, a 273 km de Colón, Panamá; a 241 km de Puerto Limón, Costa Rica; a 136 km de Bluefields, Nicaragua, y a 619 km de Cartagena, fue junto a Jamaica, desde el siglo XVIII hasta mediados del XX, uno de los centros de dispersión de la diáspora angloparlante y de la religión protestante hacia las demás islas y hacia el Caribe centroamericano.³

Hoy esa misma ubicación la convierte en una plataforma para las rutas del narcotráfico, en sus exportaciones de droga hacia los Estados Unidos y Europa.

Debido a su riqueza biológica y a la importancia de su barrera coralina, la Unesco lo declaró en noviembre de 2000 Reserva de Biosfera *Seaflower*. Se esperaba así proteger el 78% de las áreas coralinas de Colombia, más de 85 especies de corales duros y blandos, 100 especies de esponjas, 270 especies de peces, cuatro de tortugas, y todos los caracoles pala y las langostas que se refugian y alimentan en sus extensos prados marinos, que le reportan a la isla importantes recursos.⁴ Con más de 40 playas, la mayoría de blanca arena coralina, es uno de los principales destinos turísticos de Colombia y del Caribe centroamericano, con ofertas que incluyen turismo de sol y playa, buceo, ecoturismo. Pero las razones que la hacen una reserva para el mundo no son solo las ecológicas, sino también las culturales: la cultura raizal de las islas es el producto de un largo proceso de mestizaje entre africanos traídos a América, puritanos ingleses y españoles del continente. Su tradición oral, poesía, música y saberes ancestrales los vinculan a la isla de Jamaica y a comunidades costeras de Centroamérica, todo lo cual las hace también un destino de interés para el etnoturismo del Caribe, pero con grandes retos frente a la sostenibilidad.⁵ Anotan Mow y Abello:⁶

Este archipiélago oceánico del país enfrenta retos para el manejo ambiental y el desarrollo sostenible muy diferentes a las necesidades de las masas continentales. Por ello, su manejo debe acercarse a un esquema que permita contener consumos y emisiones en estas pequeñas islas y en consecuencia aumentar la eficiencia de los sistemas, reciclar y reutilizar los recursos es una tarea que se impone.

1.1. Las actividades económicas

La principal actividad económica de la isla, desde mediados del siglo XX, ha sido el comercio, a raíz de la declaratoria de puerto libre, en 1953, y solo como segunda opción figura el turismo, basado en la tradicional fórmula de las tres s: *sun, sand and sea*, es 'decir, sol, arena y mar'.⁷ Sin embargo, la apertura económica de los años ochenta, seguida del acelerado proceso de globalización y de la declaratoria de la Unesco como Reserva Mundial de la Biosfera hace una década, llevaron a la isla a fortalecer el turismo como factor dinamizador de otros eslabones de la economía, y a promover el aprovechamiento sostenible de la pesca.⁸

Actualmente, el archipiélago recibe unos 350.000 turistas al año, de los cuales el 15% son extranjeros que arriban en vuelos *charter* desde sus respectivos países.

Para albergar esta afluencia de visitantes, la isla cuenta con un poco más de 8.000 camas, distribuidas en 43 hoteles y siete apartahoteles, localizados en su gran mayoría en la Zona de North End o Centro. También hay algunos establecimientos en la zona de San Luis y El Cove, oferta que es complementada por la opción de las 'posadas nativas', en las cuales los turistas pueden acceder a un intercambio cultural con las personas nativas que en ellas los reciben.⁹

La isla es también un importante puerto pesquero, con pesca artesanal e industrial blanca, de langosta y de caracol, tanto para exportación como para consumo local. Aunque cuenta con buena infraestructura de acopio y procesamiento, los altos costos de operación, así como las oscilaciones adversas en la tasa de cambio han perjudicado notablemente la industria pesquera local, principalmente de langosta, y hacen que el sector sea cada día menos competitivo.¹⁰

Con relación a la actividad comercial, San Andrés es conocido por su amplio sector de almacenes, aunque este, en los últimos diez años, ha sufrido un estancamiento sustancial a causa de la ausencia de planificación y de preparación para la apertura y la globalización de la economía. Por esta razón, los sectores público y privado han unido esfuerzos para remodelar establecimientos y darle una nueva cara al sector comercial. Finalmente, hay que mencionar el sector agrícola de las islas, que ocupa el séptimo puesto entre los sectores económicos, con un 3.4% de participación en el PIB, junto a la pesca.¹¹

1.2. Población

A partir de 1953, debido a la atracción que ejerció la apertura del puerto, se dio un crecimiento acelerado de la población con serias consecuencias ambientales y sociales para las islas. De allí que a partir de 1991, con base en el artículo 310 de la Constitución Política, se decidió restringir la inmigración a través de una oficina de control que regula la entrada y salida de viajeros.

Según el Dane (2005), San Andrés y Providencia tienen en conjunto 59.500 habitantes,¹² de los cuales 55.400 corresponderían a la isla principal, pero otras estimaciones de la misma entidad, con datos de "población conciliada", arrojan un dato de 70.554,¹³ mientras que la gente de la isla considera que son cerca de 100 mil habitantes. El censo de 2005 reportó una población con predominio del grupo afroamericano antillano (raizal) el cual constituye el 57%, el 42.9% de la población está conformada por mestizos y blancos y el 0,15% por gitanos, estos últimos llegados al archipiélago en el siglo XX, desde el territorio continental de Colombia.¹⁴

De otra parte, la Encuesta Sisben de 2004 mostró que de las 42.041 personas registradas en la base de datos, un 60% se encontraba en los niveles 1 y 2 de pobreza, con una incidencia mayor entre la población femenina, de 53%. En la

población menor de 15 años la pobreza era de 35% y entre los de 15 y 25 años, de 29%.¹⁵

Para las variables socioeconómicas y de seguridad es difícil encontrar estadísticas actualizadas, pero un informe del Plan Integral de Seguridad y Convivencia Ciudadana de la Policía Nacional, de 2005, reveló que durante el primer semestre de ese año el total de homicidios comunes llegó a cinco personas y los homicidios por accidentes de tránsito a 14, y, de acuerdo con la Dirección Seccional del Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, entre enero y septiembre de 2005 en el Hospital Timothy Britton se atendieron 999 casos por accidentes de tránsito.

De acuerdo con la Constitución de 1991, la población raizal del Archipiélago de San Andrés y Providencia es considerada una minoría étnica, por tener expresiones culturales y religiosas que le son propias, como la lengua, la música, la tradición oral y una fuerte red social y de parentescos que cultiva la solidaridad.¹⁶ Lamentablemente, entre la población nativa y los continentales llegados a las islas (conocidos como *pañias*) han existido siempre fuertes tensiones asociadas a factores históricos, políticos, económicos y culturales. Así, los dos grupos poblacionales se ven enfrentados en torno al manejo de los recursos naturales o al control de los puestos de trabajo y las posiciones en la administración pública.

Los jóvenes, por su parte, se quejan de que la Casa de Cultura de San Andrés está en ruinas, y de las ligas deportivas registradas oficialmente solo funcionaban de manera tangencial las de baloncesto, patinaje, karate y fútbol. “Las demás están sumidas en una gran inoperancia. A esta situación sumamos la falta de escenarios deportivos”.¹⁷

Un importante dirigente de la sociedad sanandresana describió así esa situación de “no futuro” de la juventud isleña:

El problema más grave de los jóvenes es que no tienen forma de organizar una familia estable, porque, en primer lugar, no tienen empleo. Ese desespero por conseguir un empleo [...] hace que el joven tenga una ausencia existencial: no piensa nada, ni en hoy ni en el mañana porque no hay nada que pensar. San Andrés tiene un 60% de desempleo. El 80% de los cargos nacionales vienen nombrados desde Bogotá, Medellín y otras ciudades: jueces, fiscales, magistrados, todos vienen de fuera. A pesar de que las leyes nos dan un estatus especial dentro del territorio, [esto] no es reconocido por el Estado colombiano. El joven por eso está en un estado de perplejidad, no sabe en qué pensar, por eso es tan fácil que terminen en la ilicitud, desplazados a la ilegalidad, porque en lo legal para ellos no hay nada.¹⁸

1.3. Del algodón al coco, de éste al desempleo

La literatura disponible sobre la historia económica de las islas revela que sus primeros cultivos productivos fueron el algodón, en la época de las haciendas esclavistas, y luego el coco, como lo reseña Adolfo Meisel en sus trabajos sobre la economía de San Andrés y Providencia.¹⁹ Al respecto, encontramos que la producción de algodón, que servía para el intercambio con Jamaica, dio paso hacia 1860 al cultivo del coco, y que esa recomposición fue motivada, según Parsons por la abolición de la esclavitud en Colombia en 1853. San Andrés se convirtió entonces en abastecedora de aceite y esencia de coco a la industria estadounidense de dulces, hasta bien entrado el siglo XX.²⁰

Luego el coco perdió su protagonismo en los mercados, y comenzó la época del comercio y los servicios hoteleros. Pero, como sabemos, estos también cayeron en crisis y el desempleo se entronizó en el archipiélago, en especial en San Andrés, donde se han evidenciado tres grandes problemas en las últimas dos décadas: la descomposición social, la economía ficticia del narcotráfico y las dificultades en materia política y de administración pública. Diversos trabajos comenzaron a estudiar el caso de San Andrés desde distintos enfoques y disciplinas.

Retomemos aquí el relato que hace el profesor Francisco Avella, experto en geohistoria del Caribe, sobre algunas realidades de San Andrés como ciudad-isla:

198

... en septiembre de 1999, el taller '¿Cómo es San Andrés al final del siglo XX?', analizaba las serias dificultades para superar los problemas de salud; el hospital se encontraba al borde del cierre [...]. Las asociaciones de hoteleros solicitaban a las compañías aéreas [...] y al Gobierno Nacional restablecer el servicio aéreo internacional y cumplir con los compromisos [...] de servir las ciudades de la Costa Caribe, Medellín y Cali sin la penosa escala obligatoria en Bogotá. La Cámara de Comercio pedía el desarrollo de la pesca en el archipiélago para evitar que la riqueza pesquera se la llevaran barcos de bandera extranjera. [...]. A la anterior situación se debía agregar que las condiciones de gobernabilidad se venían deteriorando desde el mes de junio, cuando un movimiento social había paralizado la isla.²¹

La imagen de San Andrés a final del siglo XX era paradójica. Por una parte, la isla paradisíaca del Caribe que las agencias de turismo buscaban vender a los turistas nacionales, y por la otra, una isla a la que parecían haberle caído todos los males del mundo: desintegración moral, decadencia, corrupción, crisis institucional, egoísmo, masacre laboral, etc. (*Horizontes*, N° 11, p. 5).

Doce años después de aquel taller²² la situación no ha variado sustancialmente, antes, por el contrario, se ha agudizado en muchos aspectos. El saqueo de los recursos pesqueros, los problemas de comunicación (todavía hay que pasar por

Bogotá para llegar a San Andrés, aún desde Barranquilla y Cartagena), la crisis de valores, el desgreño administrativo y el inconformismo de los raizales están a la orden del día.

Ese inconformismo había estallado en 1999 con las acciones de movimientos como Sons of the Soil (S. O. S) y Archipelago Movement for Ethnic Native Self Determination (AMEN-SD), que exigían al Estado colombiano el cumplimiento de los derechos especiales como grupo étnico, reconocidos por la Constitución de 1991. La toma del aeropuerto y otras acciones de hecho del movimiento raizal llevaron al Gobierno a pactar unos acuerdos con sus organizaciones, pero estos no fueron cumplidos en su totalidad y el malestar ha persistido.

1.3.1. *Del desempleo al narcotráfico*

En su tesis de grado para optar al título de sociología, Diana Carolina Guzmán hace una descripción de la estructuración social en San Andrés desde el fenómeno del narcotráfico.

A comienzos de los noventa, San Andrés cobra un significado importante en el fenómeno del narcotráfico. Como relata Óscar Escamilla (2002: 178), “El dinero de la mafia llegó a mediados de los noventa a la isla para comprar hoteles y lugares de diversión.”

[...]. Según relatan algunos isleños y autoridades, quienes descubrieron que San Andrés, por su condición geográfica, brindaba grandes posibilidades no solo para invertir, sino para traficar, fueron los narcos de Cali. “Hoy en día los caleños no solo están traficando, sino que también están invirtiendo”. Invertir es para ellos, según las autoridades, una forma de lavar dinero proveniente de sus actividades ilícitas.²³

Hoy las islas enfrentan una cruda realidad social: su economía es frágil, falta empleo, los servicios básicos no llegan a toda la población y el choque intercultural convive con formas sociales de integración al continente.²⁴

■ 2. Descripción de la experiencia

“Sanandresanos enamorados de la producción audiovisual, la cultura, el turismo y la ecología de nuestras islas.” Así se define la Fundación Henrietta’s Group frente al mundo en su página de Facebook, desde donde promueve en este momento el primer Expofestival Sanandresano de Cine y TV ‘Encarrete digital’ y la 4ª Muestra Audiovisual ‘Encarrete isleño’, que se realizarán en junio de 2011.

Tan enamorados estaban, sobre todo de la imagen, que se juntaron para trabajar en estos temas, y en 2002 decidieron crear la Fundación Henrietta’s Group. Eran Julián Hermida, Billy Yarce, Javier Sánchez, Gustavo Guzmán y otros tres o

cuatro amigos más, quienes llevaban dos años trabajando en un experimento de formación audiovisual en los clubes juveniles que por ese entonces tenía en la isla el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. Hoy los acompañan José Flórez y tres jóvenes sanadresanas o con vínculos en San Andrés: Luz Nancy Patiño Hooker, Karen Tordecillas y Johanna Pacheco. Su lema desde entonces es: “*So much to see much more to show*” [“Mucho para ver, mucho más para mostrar”].

Julián Hermida, uno de los fundadores de Henrrieta's y líder actual de la experiencia estudiada, cuenta que decidieron juntarse como organización y no solo como un grupo de amigos porque era mucho más fácil gestionar como una persona jurídica que como personas naturales. La Fundación la conforma entonces este grupo de jóvenes, que hoy tienen entre 30 y 50 años, con inquietudes audiovisuales empíricas, o que empezaban para esa época alguna formación profesional.

Desde allí, desde la isla olvidada de Colombia en el Caribe, partió la idea de hacer una muestra de cine y documental, el *Encarrete*, realizada por primera vez en 2002, cuando encontraron once producciones locales para mostrar. “San Andrés venía con un proceso desde 1997 haciendo trabajos de dos, tres producciones al año”, recuerda Julián Hermida. Allí se dieron a conocer producciones como *Milk* y *Salvation Bay*, producto de una convocatoria anterior del programa ‘Imaginando nuestra imagen (INI)’.

La muestra entró en receso porque la producción audiovisual de la isla también descendió. Entonces decidieron esperar un tiempo y, entre tanto, preparar un proceso de formación y de producción que garantizara cortos suficientes para muestras locales que debían realizarse cada año.

La segunda versión del *Encarrete* se hizo en 2009, y desde entonces comenzó a organizarse también la videomaratón de 72 horas, y el cine club itinerante Cine al Barrio. Como relata Hermida, todas estas iniciativas surgen de la necesidad de crear procesos: “... es cuando decidimos que vamos a trabajar en nuestra base, que es lo audiovisual. [...]. Hemos realizado dos versiones y estamos ya proyectando la tercera”.

Treinta y tres barrios se beneficiaron de esta actividad en el primer año y 17 en el segundo, para unos 40 barrios de los tres sectores en que se divide San Andrés: La Loma, San Luis y el Centro. Cubrieron prácticamente todos los barrios populares, de estratos 1, 2 y 3 en esos dos años, muchos de los cuales tuvieron más de una visita, pues reclamaban funciones del cine club a través de cartas que enviaban los dirigentes comunales.

Encarrete es una muestra no competitiva en la que también se hace un conversatorio al final de cada proyección. En 2009 contó con el apoyo del programa de ‘Concertación’, del Ministerio de Cultura y de la Gobernación, e incluyó 14 cortos en una programación temática: un día de documentales, otro de argu-

mentales, otro de videoclip y uno para los temas locales. En esa ocasión tuvieron como invitados a Juan Pablo Félix, director, y a Gustavo Peñuela, director de fotografía. También llevaron al director Harold Trompetero, quien mostró sus largometrajes y los acompañó en un conversatorio y un mini taller con los nuevos realizadores.

En cuanto a la divulgación del cine entre la población de la isla, fue una idea que partió del deseo de motivar a la gente con funciones gratuitas de películas no comerciales que se les llevaran, como quien dice, a su propia casa, así que comenzaron a ir todos los miércoles a un barrio distinto, y de inmediato sintieron la aceptación de la gente: “Eso se potenció tremendamente; los barrios nos escribían, nos pedían ir, y terminamos haciendo [...] treinta y tres visitas, sin recursos para el transporte ni para el *video beam*. Incluso, utilizar las maletas, que eran manejadas por la unidad de cultura de esa época, era muchas veces conflictivo”, recuerda Julián.

Por lo general, la llegada del grupo a cada barrio ocurre en el carro de algún amigo que les hace el “chance”; cuando no, en un taxi, y muchas veces en tres o cuatro motos que los llevan con todo y equipos. No hay recursos para acarrear silletería, así que cada quien carga su silla o se acomoda donde pueda. Una vez finaliza la proyección, los facilitadores proponen una retroalimentación con las inquietudes que tenga el público, “para que la gente vea el cine de otra forma, o entienda un poquito más allá que la simple forma y sepa cuál es el trasfondo de esas historias que ven”, dice un miembro del equipo de trabajo.

72 horas de encarrete isleño es un experimento de formación “relámpago” que involucra a estudiantes de 9° y 10° grado en un taller de realización audiovisual durante el cual los estudiantes reciben clases de guión, manejo de cámaras, sonido, arte y fotografía, con el objetivo de que al final de la jornada cada grupo haya hecho un cortometraje que participará en el ‘Concurso sanandresano de cortos argumentales. Con un premio de \$1.200.000, el concurso procura ser un estímulo para los jóvenes que se esfuerzan por aprender algo nuevo y constructivo en su tiempo libre.

■ 3. Estudio de la experiencia

La selección de Henrietta’s Group como experiencia audiovisual destacada en la región Caribe obedeció, como vimos en la caracterización, al desempeño que tiene esta organización en diferentes campos de la actividad audiovisual: formación de públicos, formación audiovisual y producción. En la etapa de búsqueda de información se hizo evidente el reconocimiento que la Fundación ha logrado entre el sector cultural de la isla y en la misma población, además de contar entre sus aliados y financiadores a entidades como el Ministerio de Cultura y el Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional (Infotep).

Para la caracterización inicial y para el estudio de caso como tal, se contó con dos visitas realizadas en abril y noviembre de 2010, cada una de las cuales permitió obtener entrevistas con diversos tipos de actores involucrados: tutores, estudiantes beneficiarios de los programas y fundadores. En cuanto al conocimiento del contexto, se dio la circunstancia de que el equipo de investigación contaba con un conocimiento previo y detallado de la vida en la isla. Uno de ellos, Waydi Miranda, por haber vivido allí parte de su infancia y adolescencia, y la investigadora Patricia Iriarte, por haber estado por espacio de cuatro meses en el curso de una maestría en Estudios del Caribe, de la Universidad Nacional sede Caribe.

3.1. Perfil de las personas entrevistadas

1. **Julián Hermida.** 46 años. Fundador y director de Henrietta's Group.
2. **Karen Tordecillas.** 32 años (aprox). Coordinadora de talleres del concurso de producción *72 horas*.
3. **Johanna Pacheco Jiménez.** 24 años. Contratista de la Fundación, fue asistente de dirección de *Milk* y de *Salvation Bay*.
4. **José Flórez.** 32 años. Tutor de los talleres
5. **Luz Nancy Patiño Hooker.** 40 años. Productora de radio y televisión, ligada a los medios. Voluntaria de la Cruz Roja. Coordinadora de Cine al Barrio.

3.2. Modalidad predominante e intención del trabajo

Henrietta's se reconoce como organización que hace, fundamentalmente, producción audiovisual, con la intención de generar una dinámica de apropiación y desarrollo de este lenguaje en la isla de San Andrés, pero también con el deseo de crear una memoria audiovisual de las islas.

En el proyecto audiovisual de Henrietta's Group, la producción está acompañada por estrategias de formación de públicos, formación para la realización y circulación del cine y el audiovisual, todo con el objetivo de integrar y ofrecer, al menos a una parte de los jóvenes de la isla, una alternativa de uso creativo de su tiempo libre.

3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia

Los relatos audiovisuales de los jóvenes de San Andrés están retratando a los antihéroes que se mueven en automóviles costosos, tienen armas y se dan una vida de reyes que suele terminar en pesadilla. Producciones como *Barrio fino* o *Placeres costosos*, hablan de estas realidades que atraviesan la vida de los jóvenes de la isla. Revelan, igualmente, situaciones de violencia intrafamiliar, dilemas juveniles y pequeñas leyendas urbanas de terror, siempre asociadas con la muerte. Sus temáticas principales son, por tanto, juveniles y de tipo social.

En los primeros años de este siglo, un joven motociclista hacía leyenda en las calles de San Andrés a bordo de su motocicleta. Lo llamaban 'Volanta' desde que era un chico, y le celebraban sus maniobras sobre dos ruedas como le habían celebrado de niño su habilidad de jinete en las carreras de caballos. 'Volanta' terminó en la cárcel a los 27 años por un lío de armas en una lancha que era suya, y tuvo que ver a sus hijos desde una celda durante dos años.²⁵

Fidel Corpus, defensor del pueblo en San Andrés Isla en 2006, quien conoció al joven motociclista desde pequeño, analiza el fenómeno de 'Volanta' como el de una persona que satisfacía la necesidad de emulación de la comunidad, y al no haber otras figuras positivas que admirar lo entronizaron a él como modelo a seguir:

Hay gente que ha sacado a 'Volanta' de San Andrés y lo ha llevado a competir. Porque simplemente cuando les hace falta un [...] como Moisés cuando estuvo pasando el desierto, el pueblo de Israel no tenía a quien adorar y terminaron haciendo un becerro de oro para adorar. Una de las cosas que le hacía falta a San Andrés era admirar a alguien que hiciera un deporte, a alguien que fuera buen jugador de básquet o de fútbol o de cualquier [otro] deporte. En San Andrés ya no había esa clase de personajes por esa falta de deporte, y tuvieron que poner un becerro de oro. Yo a 'Volanta' lo llamaría el becerro de oro para la juventud: no tenían a quién admirar y terminaron admirándolo a él.

Otros jóvenes de su edad han acabado muertos o en cárceles de México o los Estados Unidos por zarpar de noche en una lancha rápida cargada de drogas o de combustible para las naves que llevan la mercancía. Muchos de ellos eran y siguen siendo jóvenes preparados en el Sena como pilotos de marina que, al no encontrar, al terminar sus carreras, una oportunidad de empleo, deciden hacer un viaje nocturno para ganarse un dinero que durará algunos meses. Veamos al respecto lo que dice Abello Vives en su artículo sobre el tráfico de drogas entre Colombia y Nicaragua:

Los capitanes y ayudantes de las lanchas rápidas son descritos y reconocidos como muchachos de barrio, queridos por la comunidad, criados en familia con valores, con creencias religiosas, deportistas, excelentes alumnos de los cursos de navegación y pacíficos; los mueve la

ambición de ganarse el reconocimiento de las mujeres, llamar la atención y alcanzar ese modo de vida y alto nivel de consumo que ven en los medios de comunicación.²⁶

La preocupación por este panorama está presente en los integrantes de Henrietta's, uno de los cuales ve con desconsuelo que en San Andrés la gente, aparentemente, no quiere ver que el nivel de inseguridad ha llegado a niveles alarmantes, con homicidios, muertes en accidentes de moto, violencia familiar y una situación económica que subvierte todos los valores: "Ya un pelao no dice: 'Te voy a hacer esto gratis', sino '¿cuánto me vas a pagar?' ", cuenta un integrante de Henrietta's.

Para Julián Hermida y otros miembros del equipo, su mejor contribución es ofrecer una alternativa desde su campo de acción, que es el audiovisual:

Si tuviéramos que describir la problemática a la que busca responder el trabajo de Henrietta's, pienso que en el trasfondo hay muchas cosas: hay la intención de mantener una dinámica, un ejercicio entre todos, que la gente se mantenga conectada de alguna forma. Por ejemplo, acabamos de ver en *Encarrete* que asistían cinco, seis, digamos que hasta diez personas, pero siempre las mismas caras, en todo. Esa es la gente que está ahí, interesada, pendiente, que sí cree que se pueden hacer cosas y cree en la necesidad de esto. Esas caras son la evidencia de que se está moviendo algo.

204

Johanna Pacheco, estudiante que participó en la primera temporada de *72 horas* y del *Encarrete*, que actualmente colabora en su organización, cuenta que para ella y sus compañeros esta experiencia fue algo muy importante, y lo sigue viendo en los chicos que han participado en las siguientes: tanto ellos como sus familias están pendientes de cuándo van a pasarse sus cortos y se sienten orgullosos de su logro, al punto de que muchos se "encarretan" definitivamente con el audiovisual: "Hay una niña que se llama Kelly Gómez. Ella, desde que participó en el primer 72 quedó súper metida en el rollo; ella va a cada 72, a cada muestra, y si puede ir a un Cine al Barrio, va a eso, al lanzamiento de un corto va. [...] Ahí es donde tú te das cuenta quiénes son las personas que realmente tienen su afin con la parte audiovisual."

3.4. Estrategias para dar respuesta a la situación

Las tres estrategias que Henrietta's viene implementando en la isla de San Andrés son: capacitación, formación de públicos y circulación, las cuales se apoyan en los proyectos y actividades que vimos en descripción de la experiencia. A continuación presentamos unos elementos adicionales sobre las actividades que dan soporte a estas estrategias:

3.4.1. Capacitación / 72 horas encarretados con el audiovisual

El 'Concurso sanandresano de audiovisuales argumentales' obedece básicamente a la estrategia de formación para el audiovisual, y, por lo mismo, pretende ser integral en cuanto a capacitar mínimamente a los jóvenes en todas las etapas del proceso: pre, pro y posproducción, y dentro de la producción, enseñarles nociones de cámara, sonido, producción ejecutiva, vestuario, maquillaje, etc.

Cada año, desde 2009, se convoca a grupos de estudiantes de octavo a once grados, de todas las instituciones educativas de San Andrés. El tema es libre y la clasificación debe ser para todo público, pero con una trama que gire alrededor de las vivencias de los jóvenes en San Andrés, y, de preferencia, que incluya el tema cultural de las islas.

Hermida narra cómo fue la primera vez de 72 horas:

La primera vez participaron siete instituciones; hubo nueve grupos y alrededor de sesenta muchachos. Nosotros exigíamos grupos de cinco a seis personas, pero nos tocó dar licencia a grupos con un poquito más de gente porque en una institución había ocho o nueve personas que querían participar. La idea de nosotros es ir sembrando la semillita e ir viendo que la gente se entusiasme por el rollo, entonces no podíamos cortarlo, y el que quería, pues veíamos cómo se podía acomodar y se acomodaba. Salieron nueve cortos, unos, obviamente, con mayor trabajo que otros, pero creo que la experiencia fue muy rica para todos.

Henrietta's le da a los jóvenes dos semanas de capacitación, luego dos semanas para preproducción y 72 horas para producir y posproducir, con cámaras y equipos que la Fundación les facilita. Para el desarrollo de la parte narrativa, la organización proporciona una tutoría de talleristas reconocidos que ayudan a los muchachos a elaborar el guión.

Para Julián Hermida, 72 horas es una gran herramienta para los muchachos y para los mismos colegios, "por eso la intención siempre es buscar que el colegio, el alumno y los padres de familia hagan una integración."

Karen Tordecillas, coordinadora de talleres del concurso intercolegial, amplía en su relato la información sobre cómo opera la organización del concurso:

Como coordinadora del proyecto me encargué de ir con Julián a visitar a todas las instituciones que tuvieran nivel secundario e invitar a octavos, novenos, décimos y undécimos [grados]. Hicimos las inscripciones, luego el filtro y empezó el proceso de capacitación.

... ya en el proceso de hacer el cortometraje en sí, tenía que visitarlos a cada uno en sus puntos y conocer lo que estaban haciendo, y, aunque no podíamos involucrarnos directamente para decirles qué hacer porque eso debía ser resultado de su capacitación, sí tuve que acompañarlos en los procesos.

Las historias estaban basadas en situaciones de la vida real; nosotros les propusimos algunos parámetros y a partir de ahí debían sacar adelante sus ideas.

Muchas de esas ideas nos hicieron caer en la cuenta de lo que en realidad la juventud le está pidiendo a la sociedad y al Gobierno. Fueron historias fuertes, donde mostraban situaciones de la vida real, y, bueno, ahí aprendimos un montón de cosas...

Como tutores han participado Gregory, Alfred, Julián, Gustavo, Álex, Maki, dos que trajeron de Bogotá y Gustavo Peñuela; la idea era conectarse con la experiencia como actores, como directores, como productores, asistentes [...] cada uno estaba en su rol [...], cada grupito tenía todo lo que uno puede decir que tiene un corto profesional.

Una tallerista cuenta que una noche llegó una mamá muy emocionada y exclamó: “Mi hija me dice que esto no lo va a olvidar nunca”. Es una experiencia diferente, de la que surgen muchas anécdotas y vivencias que los muchachos después, cuando se sientan cualquier día a charlar, comienzan a contar.

La cosecha del 2010

Los siguientes fueron los siete cortos producidos por la tercera versión del concurso en 2010; todos tienen entre seis y nueve minutos de duración:

- 1) *Angeline*
- 2) *13 días*
- 3) *Hospital del terror*
- 4) *Nicole*
- 5) *Placeres costosos*
- 6) *Tarde para decir te amo*
- 7) *CR2 remasterizado*

Los tres primeros cortos narran historias sobre extrañas apariciones, almas en pena o espíritus malignos que se manifiestan ya sea en casas y apartamentos, aterrizando a sus ocupantes, o en las ruinas urbanas de un antiguo hospital.

Nicole, *Placeres costosos* y *Tarde para decir te amo* tienen varios denominadores comunes: la violencia intrafamiliar, el consumo de drogas o alcohol, y la ropa, la música y la estética del narco.

En *CR2 remasterizado* la violencia se concentra en el interrogatorio de una detective a su capturada (una asesina menor de edad de aspecto aterrador) para que confiese el asesinato de un hombre. Por los *flash back* de la asesina durante la

“diligencia” judicial, nos enteramos de que tuvo por padrastro a un homicida y de que creció sola en la calle. Es, quizá, el corto mejor logrado de los siete, tanto en su narración como en sus actuaciones y en su calidad técnica.

3.4.2. Formación de públicos / El Encarrete

El relato de Johanna Pacheco nos muestra cómo empatan para seguir con la metáfora del carrete de película la parte de la cinta que corresponde a 72 horas, con la de los otros componentes:

72 horas finalizaba y a los quince o veinte días arrancábamos Encarrete, y ellos se graduaban dentro de Encarrete. ¿Por qué? Porque eso los mantenía motivados a ellos y a sus amigos, tíos, abuelos, todo el mundo iba a verlos y a oír la explicación que daban de por qué ese tema, por qué ese título, por qué esa actriz, por qué esa escena [...] entonces es como volver al inicio, no perder esa parte.

Encarrete permite, en efecto, que los realizadores novatos vean proyectado su trabajo y sometido al juicio del público, pero, sobre todo, lo ponen en relación con las formas y temáticas de otras latitudes, comparándose y aprendiendo a ver el trabajo de otros. Otra bondad adicional es que la gente de la isla que ha participado en los cortos estudiantiles ve proyectada su imagen y sus historias.

Para las proyecciones han contado con el apoyo del Banco de la República, del colegio Luis Amigó, del Infotep y de varios hoteles que les abrieron sus puertas. Johanna Pacheco dice que, en realidad, todas las entidades que tienen un salón de conferencias con un *video beam* es para ellos perfecto, no importa si es grande o pequeño, si tiene aire acondicionado o ventilador.

3.4.3. Circulación / Cine al Barrio

Exterior noche. Unos jóvenes se han dado cita desde el atardecer en un punto determinado; por lo general, son tres o cuatro personas que se encuentran con otros dos o tres, de mayor edad. Trajinan cosas, y al cabo de un rato y muchos preparativos se ha reunido un grupo grande frente a una pared blanca. Hay ancianos, jóvenes, niños y niñas con sus padres o solos, adultos solos, curiosos. Apagan la luz y comienza la diversión. Una hora y treinta o dos horas más tarde, cuando termina la cinta, se encienden las luces y empiezan a hablar sobre lo que estaban viendo.

La escena se repite cada semana en un punto distinto de la isla, pero siempre en uno de los barrios más pobres, donde a veces no hay luz y hay que llevar una planta eléctrica para conectar los aparatos.

El coordinador o coordinadora de Cine al Barrio debe definir el barrio que se va a visitar para hacer previamente algún tipo de promoción con la gente. Debe

haber hecho el contacto con la Junta de Acción Comunal, y la gestión para conseguir el *video beam*, el refrigerio y el transporte. También es responsable de la programación y de conducir el cine foro que se realiza después de la película.

Luz Nancy Patiño, coordinadora actual del programa, cuenta qué se les dice a los adultos y qué escucha de ellos en cada programación:

... les comentamos que este proceso debe ir acompañado por adultos, que no dejemos solos a nuestros jóvenes, que hay que compartir un poquito y en una película van a estar relajados, con sus niños, con los jóvenes, con la gente de la tercera edad.

... y fuera de eso la unión de los vecinos, por lo menos cada ocho días escucho a alguien que dice: "Ay caramba, tenía tanto tiempo que no veía a la vecina, pero esta noche tengo la oportunidad de sentarme aquí al lado de ella".

Henrietta's tiene una clasificación de las películas según el público al que está dirigida: jóvenes, adultos o niños, y escoge una según lo que hayan conversado previamente con el líder o lideresa comunitaria que les va a colaborar en el barrio. A veces piden algo para los niños, porque los adultos cuentan con la oportunidad de ir a un cine, pero a los niños nunca los llevan. "Se les tiene" dice Luz Nancy, y agrega que si lo que hay son problemas de valores en el sector, se busca una película que tenga algo que ver con los valores.

"¿Que se les pide a cambio?", preguntamos a Luz Nancy, y, según nos dijo, esto es lo que se espera que la comunidad aporte:

Le pedimos al sitio a donde vamos que nos facilite la energía, una mesa para colocar los equipos, y la seguridad. Nosotros no vamos con policía, no vamos con nada; el barrio se encarga de cuidar los implementos que llevamos porque la idea es que también se involucre.

Siempre, una vez terminada la proyección, se propone una retroalimentación con las inquietudes que tenga el público [...] buscamos generar la dinámica que queremos: que la gente vea el cine de otra forma.

Sobre la relación que mencionamos al inicio de este aparte entre los diferentes programas de Henrietta's Group: *Cine al Barrio*, *Encarrete* y *72 horas*, Luz Nancy agrega que se hacen tomas del concurso, y se muestran en los barrios los cortes de lo que están haciendo los muchachos, y así se empieza a hacer publicidad al concurso y a la muestra para animar a la gente a que participe y esté pendiente de lo que hacen. Es una manera de colaborarle a *72 horas*, y al programa que sigue. "Eso es lo que hace Cine al Barrio: te lleva, te vincula y te muestra que no es solamente ir a mostrar una película, sino que la Fundación tiene otros proyectos y programas a los que también los invitamos a participar", dice Luz Nancy.

3.4.4. La faceta de productores

Por otro lado, como ya señalamos, el equipo de Henrietta's también está preparado para ser co-productor y productor de sus propias piezas o de clientes externos, actividad de la cual derivan algunos ingresos para apoyar sus otros programas.

Durante varios años, hasta el primer trimestre de 2011, la Fundación tuvo contratos con el canal local Teleislas para la hacer la producción de varios programas; el infantil *That that*, otro llamado *The Music*, y la producción ejecutiva de un magazín. El equipo que trabaja en esto es básicamente el mismo, pero se contaba también con profesionales contratados para servicios puntuales, que actúan también como talleristas de la Fundación, practicando, como dice Julián Hermida, el principio de “hoy por ti, mañana por mí.”

En 2005, en coproducción con Orlando Hooker (35 años), realizaron el argumental *Barrio fino*, guion del propio Hooker que narra en 58 minutos las “Vivencias de jóvenes narcos en un sector de la ciudad”, como reza la sinopsis.

Henrietta's Group realizó también el documental *Tom Fool Day*, una obra de 24 minutos que reconstruye, a través de testimonios de nativos, lo que era una celebración tradicional, muy parecida al Día de los Santos Inocentes.

3.5. La relación con el contexto

209

En la visita realizada a la isla en noviembre de 2010 para el trabajo de campo, se percibió la preocupación de la gente por los hechos violentos de la última semana: dos asesinatos atribuidos a ajustes de cuentas entre bandas de narcotráfico, y otras dos muertes por accidentes de tránsito. El gobernador se vio obligado a hacer una intervención en el canal TV Islas para informar de las medidas que su administración estaba tomando.

Con una ciudad isla atravesada por conflictos y carencias, la dificultad para cualquier gestión artística o cultural es permanente y el ambiente es hostil. Sin embargo, la causa casi siempre encuentra el apoyo y la colaboración de un grupo de personas y empresas.

Para Karen, es fácil darse cuenta del cambio que ha tenido la isla, pero algunos sectores parecen no percatarse de ello y no ven la importancia de apoyar iniciativas como las que adelanta esta organización a favor de los y las jóvenes:

Ya no es la misma isla tranquila, sin tantos problemas, sin tantos accidentes, sin tanto alcohol, sin tanto vicio, y algún día tendrá que afectarnos a todos, entonces pienso que deberían ser un poquito más conscientes y por una vez, solo por una vez, colaborar sin pedir retribución económica.

Johanna tampoco entiende cómo una propuesta que es para el beneficio común no concita una mayor comprensión de la ciudad:

Una de las cosas que se buscan es alejarlos de la violencia, de la moto, del “wawei”, de la pelea [...]. San Andrés ya no es el paraíso que cree todo el mundo, entonces es una forma de culturizar a la gente, de alejarlos de toda esa vaina.

Para algunos el problema de la isla radica en que las nuevas generaciones se han apropiado de las costumbres de las otras culturas que se han asentado en el territorio, lo que conlleva a una pérdida de los valores y de la identidad cultural,²⁷ si bien otro de los aspectos determinantes del problema es que no se cuenta con una infraestructura cultural adecuada. La sede Caribe de la Universidad Nacional plantea en una de sus publicaciones que el problema cultural también depende de los medios de comunicación, pues son pocos los programas culturales que existen, y son producto del trabajo aislado de personas con bajo nivel de conocimiento, lo cual los convierte en expresiones exóticas sin mayor impacto local.²⁸

El Consejo de Cinematografía, a juzgar por las opiniones recogidas, es de muy bajo perfil, mientras que el canal de las islas, permeado por influencias religiosas, veta los programas o videos que considera inmorales o inapropiados.

Hay gente a la que le da miedo hablar de la realidad que nosotros vivimos acá, pero acá vivimos de lo que se puede hacer política y religiosamente, de lo que te permitan. O tienes apellido y conoces a alguien, o estás con el grupo que debes estar, así se maneja San Andrés para poder hacer cosas.

3.5.1. Tradición oral y lenguaje audiovisual

La tradición isleña es eminentemente oral y musical, pero existe una tradición teatral gracias al trabajo pionero de figuras como Marylin Vizcaíno, quien ha desarrollado un trabajo continuo de montaje, escuela y festival de teatro.

El nativo posee un fuerte sentido de pertenencia hacia su lengua criolla, pero desde hace más de un siglo las iglesias Bautista y Católica adelantaron procesos de alfabetización y adoctrinamiento que excluían el creole. Las personas del archipiélago poseen entonces una lengua materna de ascendencia africana e inglesa, rica en repeticiones y silencios, acompañada por el lenguaje corporal, y, por otro lado, también hablan, leen y escriben dos lenguas secundarias: el inglés y el español, que también cargan consigo un acervo cultural.²⁹

Todo esto conlleva a unas exigencias particulares a la actividad audiovisual en el archipiélago, puesto que se requiere acoger todas las posibilidades expresivas que ofrece la isla, y en muchos casos esto implica la subtitulación de los

diálogos en creole, o la traducción del español al inglés, por deferencia con el público nativo.

3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado

Henrietta's deriva sus ingresos de convocatorias (lo cual es tan incierto como ganarse un billete de lotería), de la venta de servicios (principalmente al canal Teleislas), de las cuales obtiene algunos excedentes para invertir en los proyectos, y de recursos propios. Karen Tordecillas, a quien le ha tocado desde hace varios años la difícil tarea de gestionar recursos, dice:

Lamentablemente, todo se mueve alrededor de la parte económica y acá no somos la excepción. San Andrés es un lugar pequeño, con pocas posibilidades de ingresos, y no es que haya muchas personas dispuestas a regalar su tiempo, que es equivalente a su dinero. Muy pocos están dispuestos a colaborar.

Con la Gobernación no hemos tenido suerte. Hemos intentado ya tres veces incluir el proyecto, pero no ha sido posible que nos apoye. La excepción es Infotep, que colabora con el salón de reuniones y el servicio de proyección. El Infotep nunca nos negó una solicitud.

Johanna corrobora esto, pero, además, cuenta cuál es la contraprestación de la organización:

El Infotep siempre ha sido un gran apoyador: prestó salones, *video beam*, todo lo que quisiéramos, todo lo que podía tener algún costo, totalmente gratis. ¿Cuál era el intercambio que proponíamos nosotros? "Mira, te lo intercambiamos por publicidad". Entonces en el *flayer*, en los pendones, en todo aparecía la publicidad, y, claro, eso fue sonando, y participaron hoteles con alojamiento para los actores y los directores que trajimos.

Otra de las instituciones con las cuales han hecho alianzas es la Cruz Roja, que les facilitó el *video beam* casi toda una temporada de Cine al Barrio, a cambio de pasar un video institucional de la Cruz Roja antes de cada función.

3.7. La relación con el público

Salir a buscar a los dirigentes comunales, a los líderes y lideresas de los barrios más pobres de la isla para llevarles la programación de Cine al Barrio, no es tarea fácil. Por lo general, deben hacerlo de noche porque es más fácil encontrar a las personas en su casa, y no pocas veces Luz Nancy, Julián, Gustavo y demás miembros han tenido que ir a sitios muy apartados de San Andrés, en donde no

hay carreteras pavimentadas, o llegar a una barriada y llamar casa por casa para invitar a la gente a la función.

Pero todo eso se ve recompensado con la respuesta del público. Luz Nancy Patiño cuenta que en ocasiones esta ha sido tan buena que la gente se toma el trabajo de llamarlos para recordarles la fecha: “Oigan, no se les olvide que ustedes tienen un compromiso tal día con nosotros”. No, no se les olvida. Es un compromiso casi sagrado.

Al principio, la preocupación del grupo era buscar una casa donde pudieran colocar un telón, o encontrar una casa pintada de blanco y lo suficientemente grande como para albergar a la gente, si llovía. Poco después, la misma comunidad les dijo que muchos accederían a desocupar su sala para hacer la presentación. “Además —decían— como es gente conocida, del mismo sector, no se nos va a presentar ningún inconveniente”. O sea, al menos durante dos horas la confianza vencía a la desconfianza y ganaba la posibilidad del encuentro cercano y grato con el vecino alrededor del cine. “... también les comentamos que ellos son parte de nosotros, que sin ellos esto no funciona porque, igualmente, si vamos a un sector y la gente no quiere que lleguemos allá no podemos llegar. Entonces les hacemos saber que ellos son parte fundamental del proceso de Cine al Barrio, que nos tienen que apoyar”.

Pero la gente de los barrios es solo uno de los públicos de la Fundación; los jóvenes aspirantes a bachilleres que participan en *72 horas* son otro de los públicos de las estrategias, pero el gran público a conquistar es el que se moviliza alrededor de *Encarrete*, la muestra que ya empieza a ser anual. El testimonio de Johanna Pacheco nos muestra que existe la conciencia de que formar públicos es un proceso que exige tiempo y paciencia:

... así sean tres que vengan a una muestra, con esos tres se hace, no es que porque vinieron solo dos entonces no la hagamos, no; esos dos tienen un interés y ellos pasan un voz a voz, dicen: “Fue bacano, por qué no fuiste, mira vimos esto y esto”. A mucha gente le parece complicado o aburrido entender una película, por eso te digo: lo audiovisual no es para todo el mundo, es para el que quiere.

3.8. Factores de éxito y dificultades

A juicio de Julián Hermida, las claves del éxito de Henrietta's están en la filosofía con la que trabajan, que él define jocosamente en una frase: “Si se decidió hacerlo, hay que hacerlo... contigo, sintigo o a pesar de tigo”, con lo cual, dice, logran compromiso y credibilidad.

Puede afirmarse, también, que otro de los factores de éxito de esta experiencia es la claridad en sus objetivos y en la estrategia adoptada después de sus

primeros eventos: trabajar en todos los frentes de la actividad audiovisual para asegurar la continuidad de los procesos. Objetivo algo ambicioso, que tiene el riesgo de dispersar energías, pero necesario en un ambiente en donde no hay esfuerzos similares que resulten complementarios.

Otra de las claves ha sido la habilidad para conseguir aliados en un contexto institucional y económico difícil, lo que habla de una gran capacidad de adaptación y gestión con mínimos para lograr el máximo posible.

Luz Nancy Patiño considera que una fortaleza de la Fundación son sus ganas de trabajar, mientras que la debilidad está en la parte económica. Todo sería diferente, dice, si tuvieran un patrocinador que les cubriera por lo menos un año completo de actividades.

Otros factores que frenan la dinámica del trabajo son la apatía de algunas personas, así como la burocracia y el clientelismo en las instituciones estatales, dice Julián. Reconoce, de otra parte, que la organización tiene también una falencia en su baja capacidad de gestión internacional para conseguir apoyos, mientras que el tiempo es otro factor de presión: “Hay *lobbies* que son eternos”.

■ 4. Análisis del caso

Con todas las dificultades y exigencias que plantea el ambiente social, económico y político de San Andrés, la Fundación Henrietta’s Group pareciera estar arando en el mar; sin embargo, hoy se presenta como una organización en proceso de consolidación; una asociación en el sentido social, no legal de jóvenes y adultos (ciudadanos y ciudadanas de Colombia) que en seis años ha logrado conformar un equipo y hacer un trabajo reconocido en el sector audiovisual por la integralidad de la propuesta: hacen producción, formación audiovisual, circulación y formación de públicos.

Desde el punto de vista sociológico, se trata de una iniciativa de la sociedad civil para promover la cultura audiovisual en la isla. Desde el campo de la comunicación y los estudios juveniles,¹ puede decirse que los procesos de apropiación del audiovisual que esta Fundación promueve entre estudiantes de 14 a 18 años les

1 La línea de investigación sobre jóvenes y culturas juveniles se ha venido consolidando como campo de estudio, desde 1985, en Colombia y América Latina, auge que corresponde a la importancia que ha ganado el tema de juventud en las políticas públicas, que Colombia comenzó a implementar desde 1991. Se origina, así mismo, en la construcción social del joven como sujeto de derechos y deberes, como sector de la población típicamente considerado “en riesgo” y con las imágenes que ellos construyen de sí mismos a partir de sus expresiones y lenguajes. Así lo consignan Mónica Pérez Marín y Jair Vega Casanova (2010). *Memorias de organizaciones juveniles, comunicación e identidades políticas. Estudio de caso del Colectivo Pasolini en Medellín*. En *Pensar la comunicación. Reflexiones y resultados de investigación*. Tomo II. Medellín: Universidad de Medellín.

permiten a estos jóvenes construir una mirada de sí mismos y de la isla desde sus jóvenes ojos sanandresanos.

Los gestores de Henrietta's actúan con muy poco o ningún acompañamiento ni apoyo institucional, basados, más bien, en redes informales cercanas, donde encuentran personas que comprenden la intención de sus proyectos. Es una de las pocas organizaciones culturales que está ofreciendo a la población de San Andrés, en especial a los jóvenes, una opción de formación, de desarrollo personal y una alternativa para el uso del tiempo libre. En este sentido, hace una labor preventiva de los problemas que aquejan a la población juvenil, y merecería el apoyo de las instituciones oficiales de la isla, tanto culturales como educativas y de bienestar social.

Como lo señaló Johanna Pacheco, "cada minuto que un joven está con la Fundación Henrietta's o con cada una de las entidades educativas de acá es un minuto más de vida que tienen; suena trágico, pero es cierto." Y lo dice con conocimiento de causa, pues todos los integrantes de este colectivo están muy cerca de la comunidad, han visto cómo vive la gente, en qué circunstancias lo hacen y cuáles son sus necesidades y expectativas. Así, la experiencia de Henrietta's bien puede contribuir a una caracterización más completa de la juventud de San Andrés al finalizar la primera década del siglo XXI, y este "saber hacer" podría ser aprovechado por los estamentos de la isla para construir políticas de infancia y juventud. Pero es evidente que existe entre la institucionalidad y este tipo de organizaciones un divorcio que impide aproximaciones productivas para la sociedad.

214

Con *Cine al barrio* y la muestra audiovisual *Encarrete isleño* se ofrecen al público proyecciones alternativas que no solo representan una opción a las telenovelas y al cine de consumo masivo que llevan a la isla las casas distribuidoras, sino que posibilitan el encuentro con familiares y amigos en el espacio público, e inducen a la reflexión sobre los contenidos.

Cine al barrio es una aventura semanal de concertación con las juntas comunales y las organizaciones comunitarias, tanto para definir la película como para superar el reto logístico que supone ponerla en escena, pues solo con la colaboración de la gente es posible hacerlo. Es el proyecto "consentido" que la Fundación financia casi en su totalidad. La recompensa, para ellos y para la gente del barrio, es saber que son parte de un ejercicio de ciudadanía en torno a una actividad amable. La función de cine en la casa del vecino o en el lote baldío es, para muchos jóvenes, amas de casa, desempleados y adultos mayores de San Andrés Isla, un paréntesis en medio de la rutina y las dificultades cotidianas. Es una visita que los distrae de las estridencias de la radio, que los separa un momento de la televisión y sus malas noticias, que se lleva por un rato la preocupación y la incertidumbre.

4.1. Las perspectivas de un proceso incipiente

Como el proceso de formación en lo audiovisual que adelanta la Fundación es aún incipiente, habría que observar su evolución en los próximos años. Hasta el momento, sus productos revelan unos primeros ejercicios con la cámara; son pequeñas historias sobre lo que ven los jóvenes a su alrededor, sobre lo más inmediato. En los grupos participantes no se detectan identidades políticas o procesos participativos en torno a sus derechos como sujetos sociales y políticos, como ocurre, por ejemplo, en el proceso de Funsarep, donde los jóvenes realizadores suelen estar articulados a organizaciones de primer grado. La búsqueda es, hasta ahora, expresiva y de afirmación en tanto jóvenes, y para la mayoría la experiencia de trabajar en equipo en torno a un producto audiovisual es su primer intento organizativo.

El *Encarrete isleño* es de otra naturaleza. Fue concebido para que un día se convierta en un festival de cine. Por eso se está realizando a comienzos de la temporada turística, para que la gente vaya a ver cine, y la que no vaya con ese propósito encuentre una alternativa de diversión en un lugar donde la oferta se compone de *shopping*, bares, restaurantes y discotecas.

Pero crear un festival —y Henrietta’s lo sabe— requiere un trabajo incesante y una dinámica de formación de públicos, de selección, de promoción a la producción, y de mercadeo. Para promocionar sus eventos de 2011, en especial el nuevo Expofestival Sanandresano de Cine y TV, Henrietta’s ofrece, en asocio con una línea de hoteles, paquetes turísticos a la isla, que incluyen tiquetes aéreos, alojamiento, espectáculos nocturnos, club de playa y traslados. Si les va bien, seguramente *Cine al barrio* tendrá asegurados los transportes y refrigerios por unos meses más, y *72 horas* contará con más horas de cámara para su etapa de capacitación.

215

En este momento, la Fundación se declara en un “punto neurálgico”, en el que se está jugando su despegue definitivo o su declive. Un punto en el que debe demostrar si es capaz de sostener esos procesos que ha iniciado y que, en últimas, “son lo importante”.

■ Notas

1 Además de las tres islas mayores, el archipiélago lo conforman los islotes y bancos de Alicia, Serrana, Serranilla y Quitasueño; el bajo Nuevo y trece cayos principales.

2 June Marie Mow y Alberto Abello Vives. (2008, diciembre). San Andrés, nuestra ciudad insular. Revista Credencial Historia, edición 228, Bogotá.

- 3 Francisco Avella. (2000). *¿Cómo es San Andrés al final del siglo XX?* (taller). Cuadernos Regionales, N° 9. San Andrés: Universidad Nacional de Colombia, sede Caribe.
- 4 Tomado de la página oficial del departamento de San Andrés <http://www.sanandres.gov.co>. Consulta: 10 de febrero de 2011.
- 5 Al respecto, véanse trabajos de la Universidad Nacional de Colombia, sede Caribe, de los profesores Germán Márquez, Adriana Santos Martínez, Francisco Avella y otros.
- 6 June Marie Mow y Alberto Abello Vives. (2008, diciembre). San Andrés, nuestra ciudad insular. *Revista Credencial Historia*, edición 228, Bogotá.
- 7 Francisco Avella, Profesor de la Universidad Nacional de Colombia. Relator del Taller *¿Cómo es San Andrés al final del siglo XX?* Cuadernos Regionales. N°9. 2006. Universidad Nacional de Colombia, sede Caribe.
- 8 Plan de desarrollo departamental. Por un desarrollo social, sostenible, con valores y participación equitativa de los habitantes del departamento Archipiélago 2008-2011. Disponible en la página oficial del departamento de San Andrés: <http://www.sanandres.gov.co>. Consulta: 11 de febrero de 2011.
- 9 Información Turística de San Andrés Disponible en: www.sanandres.gov.co. Consulta: 15 de febrero de 2011.
- 10 Plan de desarrollo departamental. Por un desarrollo social, sostenible, con valores y participación equitativa de los habitantes del departamento Archipiélago 2008-2011. Disponible en la página oficial del departamento de San Andrés: <http://www.sanandres.gov.co>. Consulta: 11 de febrero de 2011.
- 11 Carolina Velázquez y Adriana Santos M. (2010, mayo). Vulnerabilidad socioeconómica de los agricultores frente a huracanes en la isla de Providencia y Santa Catalina, Caribe colombiano. *Revista Gestión y Ambiente*, Vol. 13, N° 1. Medellín.
- 12 Disponible en: Departamento Administrativo Nacional de Estadística. www.dane.gov.co/censo/. Consulta: 13 de febrero de 2011.
- 13 Disponible en: Departamento Administrativo Nacional de Estadística. www.dane.gov.co/censo/files/presultados.pdf. Consulta: 31 de marzo de 2011.
- 14 Disponible en: Departamento Administrativo Nacional de Estadística. www.dane.gov.co/censo/files/presultados.pdf. Consulta: 17 de febrero de 2011.
- 15 Bases Plan de Desarrollo 2003-2005. Gobernación del Departamento.
- 16 Disponible en: Ministerio de Cultura. <http://www.mincultura.gov.co>. Consulta: 17 de enero de 2011.
- 17 Plan de Desarrollo del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, 2005-2007. p. 92.
- 18 Patricia Iriarte Díaz Granados. (2006). El 'Volanta'. Retrato de un joven sanandresano. Un estudio de caso sobre la juventud isleña. Maestría en Estudios del Caribe. San Andrés: Universidad Nacional de Colombia, sede Caribe.
- 19 Adolfo Meisel Roca. (2009, diciembre). La estructura económica de San Andrés y Providencia en 1846. *Cuadernos de Historia Económica y Empresarial*. Bogotá. María Aguilera (edit.). (2005). La

continentalización de la isla de San Andrés, Colombia: panyas, raizales y turismo. En Economías locales del Caribe colombiano: siete estudios de caso. Bogotá: Banco de la República, Colección de Economía Regional.

20 June Marie Mow y Alberto Abello Vives. (2008, diciembre). San Andrés, nuestra ciudad insular. Revista Credencial Historia, edición 228, Bogotá.

21 Francisco Avella. (2000). ¿Cómo es San Andrés al final del siglo XX? (taller). Cuadernos Regionales, N° 9. San Andrés: Universidad Nacional de Colombia, sede Caribe.

22 Organizado por el Observatorio del Caribe como parte de su línea de investigación sobre ciudades del Caribe colombiano.

23 Diana Carolina Guzmán Muñoz. (2005). Descripción del proceso de estructuración social en San Andrés Islas desde el fenómeno del narcotráfico. Aportes iniciales para un debate teórico. Tesis de grado para optar al título de socióloga. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

24 Crisis y convivencia en un territorio insular. (2001). Cuaderno N° 2. Voces de San Andrés. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

25 Patricia Iriarte Díaz Granados. (2006). El 'Volanta'. Retrato de un joven sanandresano. Un estudio de caso sobre la juventud isleña. Maestría en Estudios del Caribe. San Andrés: Universidad Nacional de Colombia, sede Caribe.

26 Alberto Abello V. (2006). La nieve sobre el mar: una frontera caribe cruzada por el tráfico de drogas. El caso de Colombia y Nicaragua. Aguaita, Nos 13-14. Cartagena.

27 Plan de desarrollo departamental. Por un desarrollo social, sostenible, con valores y participación equitativa de los habitantes del departamento Archipiélago 2008-2011. Disponible en la página oficial del departamento de San Andrés: <http://www.sanandres.gov.co>. Consulta: 13 de febrero de 2011.

28 Crisis y convivencia en un territorio insular. (2002). Cuaderno N° 4. Textos y testimonios del Archipiélago. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, p. 71.

29 Botero Mejía, Juliana (2006) *Oralidad y escritura en la isla de San Andrés*. Tesis de Grado. Universidad Nacional de Colombia. En línea, disponible en <http://www.javeriana.edu.co> Consultado el 16 de febrero de 2011.

Barranquilla y su vieja vocación audiovisual

La ciudad como una gran pantalla¹

Experiencia: Fundación Cine a la Calle

Localización: Barranquilla (Atlántico)

Año de creación: 2000

Período de estudio: 2004-2010

Modalidad predominante: Exhibición

El 'Festival internacional de cortometrajes al aire libre Cine a la Calle' es una muestra competitiva de cortometrajes y documentales de producción local, nacional e internacional, que cuenta con un espacio de formación audiovisual y con crítica de contenidos audiovisuales para público joven y adulto de Barranquilla.

1. Característica del contexto

218

Barranquilla, capital del departamento del Atlántico, se encuentra ubicada sobre la ribera occidental del río Magdalena, muy cerca a su desembocadura en el mar Caribe. Es puerto aéreo, marítimo, fluvial y de comunicaciones, y en sus 154 km² tiene 1.186.640 habitantes,² que se dedican, prioritariamente, a trabajar en cuatro sectores productivos: industria, servicios, comercio y transporte.

Barranquilla ha sido cuna de importantes figuras del mundo literario y musical, como Alfonso Fuenmayor, Álvaro Cepeda Samudio, Germán Vargas, Meira Delmar, Esther Forero y Shakira Mebarak, y fue durante un tiempo la ciudad de Gabriel García Márquez y del pintor Alejandro Obregón.

El Carnaval de Barranquilla, evento representativo de la ciudad, la fiesta más importante de Colombia, fue declarado en 2002 Patrimonio Cultural de la Nación por el Senado de la República, y en 2003 Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad por la Unesco. Precisamente, el Carnaval fue el tema del primer documental realizado en Colombia, en 1914, por el italiano Floro Manco.³

En los años cincuenta, Barranquilla no solo ofrecía un maravilloso Carnaval, sino que daba origen a un movimiento intelectual y cultural que la marcaría para siempre. En un bar, llamado La Cueva, un grupo de intelectuales y artistas

se reunían en tertulias en torno al arte y la cultura de la ciudad. Algunos de los miembros más destacados de este grupo eran Álvaro Cepeda Samudio, Alfonso Fuenmayor, Germán Vargas, Alejandro Obregón, Ramón Vinyes, Clemente Zabala y Orlando 'Figurita' Rivera, entre otros. Pero también fue frecuentado por Gabriel García Márquez y los pintores Cecilia Porras y Noé León.

Luego de haber tenido un gran momento cultural en las décadas iniciales del siglo XX, cuando se abrieron los primeros teatros y la ciudad recibía la visita de compañías de ópera y de zarzuela, Barranquilla entró en un declive hasta finales de los años noventa, cuando de nuevo comenzó a darse una interesante actividad cultural, gracias a una agenda en la que destacan diversos eventos que ofrecen parte o la totalidad de sus funciones gratuitas en espacios abiertos al público o en recintos cerrados, varios de ellos celebrados en el marco del Carnaval:

- a. Noche de Tambó. Rueda de cumbia en la Plaza de la Paz (anual, desde 1995).
- b. 'Salón internacional del autor audiovisual' (anual, desde 1996). Espacio no competitivo en el que figuras destacadas del cine y las artes audiovisuales a nivel nacional e internacional acuden para exhibir su trabajo y compartir sus experiencias con una audiencia de profesionales, estudiantes, periodistas y público en general de la ciudad y de la región Caribe, e, incluso, con visitantes de otras zonas del país y del extranjero.⁴
- c. 'Festival internacional de jazz Barranquijazz'. Incluye una programación gratuita que se llama 'Barranquijazz a la calle' (anual, desde 1997).
- d. 'Festival internacional de cuenteros Caribecuenta'. Incluye funciones gratuitas en barrios y municipios del Atlántico (anual, desde 1998).
- e. Carnavalada. Espectáculo de teatro y carnaval al aire libre (anual, desde 2001).
- f. La Noche del Río. Concierto de grupos musicales de la ribera del Magdalena, realizado en el Parque Cultural del Caribe (anual, desde 2006).
- g. Carnaval de las Artes. Incluye programación para niños y entrada gratuita a los espectáculos cerrados para personas que asistan con disfraz (anual, desde 2007).
- h. 'Festival internacional de poesía PoeMaRio'. Todos los recitales son gratuitos, tanto cerrados como en espacios públicos (anual, desde 2008).

Antes de la Noche de Tambó y del 'Salón del autor audiovisual' no había espacios ni espectáculos culturales gratuitos que involucraran a todo tipo de públicos, como tampoco eventos masivos que se organizaran en espacios abiertos ni en barrios populares.

Pese a este repunte en la oferta cultural de la ciudad, en la actualidad esta sigue siendo reducida en comparación con ciudades como Bogotá y Medellín. El economista Jairo Parada Corrales considera que las iniciativas culturales y sociales abundan en Barranquilla, pero que las limitadas ayudas del Estado, de la banca, y de los sectores privado y gubernamental merman la creación de eventos que construyan imaginarios de ciudad y socialización.⁵

En los últimos años, investigadores, profesores universitarios y gestores culturales de Barranquilla han señalado con preocupación que los jóvenes de la ciudad no poseen espacios dónde construir su identidad y apropiarse de su ciudad. Tradicionalmente, los parques y plazas de Barranquilla han sido considerados como espacios para el uso de niños y adultos, o para eventos sociales, culturales o religiosos que no interesan a los jóvenes. Pamela Flores y Nancy Gómez así lo registran en su investigación sobre ciudadanía juvenil en la ciudad: “Los jóvenes en Barranquilla no cuentan con espacios públicos e infraestructura cultural adecuados para desarrollar sus procesos de socialización de manera que puedan construir nociones positivas de su identidad colectiva que los vincule con su ciudad y con los distintos grupos urbanos”.⁶

1.1. Espacios de exhibición y circulación

220

El cine llegó a Barranquilla hacia 1913, fecha en que fue fundada la Empresa Nacional Kinematógrafos Universal, y paulatinamente, en los años siguientes, llegaron los salones de cine: El Fraternidad, El Líbano, El Universal, Las Quintas, El Centenario, El Concordia. Cine Luz, Teatro Cisneros y, más tarde, el Teatro Colombia.

Estos eran los espacios que difundían el cine de la época y las primeras obras nacionales y locales, como los documentales sobre el Carnaval de Barranquilla de Floro Manco, Jaime Muvdi, Álvaro Cepeda Samudio y otros; luego se comenzaron a proyectar noticieros cinematográficos de variedades, como el Noticiero Nacional.

Estos teatros y salones facilitaban a los habitantes de Barranquilla el conocimiento de otras culturas. Sin embargo, eran lugares poco asequibles —como lo siguen siendo hoy— para la población de estratos medio-bajo y bajo de la ciudad, que no puede incluir esta diversión en sus planes.

En los años ochenta, las grandes salas de cine pasaron a ser el Metro 1, los ABC, el Teatro Capri y el Cinema, y luego, en los noventa se convirtieron en lugares más pequeños y seguros, como el Metro 2, el ABC 2 y el Cinerama 84.

En 1986, una entrada a cine costaba alrededor de \$800 pesos, y la cartelera ofrecía, en su gran mayoría, filmes norteamericanos, en géneros como cine negro, comedia, drama e infantil. Las funciones, que eran pocas comparadas con las

que se presentan en la actualidad en los multiplex, comenzaban a las tres de la tarde y terminaban a las nueve de la noche.

A finales de los noventa, estas salas de cine decayeron porque más personas comenzaron a tener en su casa reproductores de VHS y DVD, equipos que, a la larga, resultaban menos costosos que las funciones de cine, y porque la creación de centros comerciales más amplios y con mejores instalaciones disparó una oferta de salas con mayores condiciones visuales y de sonido, y con más funciones diarias, que comenzaban a las diez de la mañana para el público infantil y terminaban a las once de la noche para el público mayor de 15 años.

Barranquilla también ha contado con otros escenarios de circulación de contenidos audiovisuales y de exhibición. Con miras a la formación de públicos, sin ánimo de lucro y en lugares cerrados o al aire libre, se encuentran:

1.1.1. Cineclubismo en la ciudad

- **Cineclub Barranquilla:** Fundado en 1972 en la Alianza Colombo Francesa. Uno de los primeros cineclubes de la ciudad. Semanalmente, los miércoles a las 7:30 p. m., hacía proyecciones gratuitas de películas clásicas y de culto, diferentes a las que se proyectaban en las salas de cine en esa época, y era frecuentado por cinéfilos, intelectuales, artistas y estudiantes universitarios. Luego, a mediados de los setenta, dejó de funcionar en la Alianza Colombo Francesa y se instaló en el teatro Lido. Sin embargo, como el lugar no tenía suficiente capacidad, se hizo una rotación por los cines ABC y Metro. Posteriormente, por falta de apoyo de los distribuidores, el cineclub feneció.
- **Cineclub Cayena:** Creado por el Centro Cultural Cayena de la Universidad del Norte, mantiene todo el año ciclos de cine en los que se exhiben películas de culto o de cine arte, e invita a profesores y conocedores a conversatorios antes o después de las proyecciones, que se realizan los jueves de 5:30 a 7:30 p. m. en el salón de proyecciones de la Universidad del Norte. En su gran mayoría, el público asistente lo conforman estudiantes y profesores de diferentes universidades.
- **Cineclub Alianza Francesa:** Selecciona y proyecta películas y cortometrajes en lengua francesa todos los viernes a las 6:30 p. m. en la sede principal de la Alianza Francesa, y los últimos jueves de cada mes en la sede norte, a la misma hora. Por lo general, al finalizar las proyecciones se hace un conversatorio sobre la película. En gran medida, asisten estudiantes y profesores universitarios. El último miércoles de cada mes, en la sede norte de la Alianza Francesa, a las 5:00 p. m., el cineclub realiza el 'Miércoles de cortos', en el que exhibe una muestra de cortometrajes locales, nacionales e internacionales con los estudiantes de la Alianza Francesa. Asimismo, se

encarga de la programación audiovisual de la Cátedra Europa, realiza en abril una muestra especial para niños, y organiza el 'Festival de cine francés' en la ciudad.

- **Cineclub La Ventana:** Cineclub interno de la Universidad Autónoma del Caribe. Selecciona y proyecta cada mes, en un salón de la Universidad Autónoma del Caribe, grandes películas de culto cinematográfico alrededor del mundo. Los asistentes son estudiantes y docentes de la misma universidad y público joven externo.
- **Cineclub Cinemática Independiente:** Cine club de la facultad de Bellas Artes de la Universidad del Atlántico. Funciona los jueves a las 5:00 p. m.
- **Cineclub la Langosta Azul:** Creado como una actividad más de la Biblioteca Popular del Barrio la Paz, en el suroccidente de la ciudad. Tiene talleres y proyecciones semanales de películas seleccionadas para público infantil, adolescente y adulto del barrio La Paz y de sectores aledaños.
- **Cineclub de la Biblioteca Departamental Meira del Mar:** Selecciona y proyecta mensualmente, en las instalaciones de la biblioteca, películas de cine clásico y contemporáneo. Su público son personas mayores de 15 años. Algunas veces hacen proyecciones especiales para niños y niñas.
- **Cineclub La Sala:** Está patrocinado por la Sociedad de Mejoras Públicas de Barranquilla, con el apoyo del Plan Nacional Audiovisual (PAN). Mensualmente inicia un ciclo de cine por temática o por género, o en homenaje a algún director cinematográfico. Las proyecciones, bajo la coordinación del grupo de teatro Arro'conmango, se llevan a cabo los miércoles a las 5:00 p. m., con entrada libre, en el auditorio Rafael Salcedo Villareal de la Sociedad de Mejoras Públicas. Asisten aficionados al cine, estudiantes y docentes universitarios.
- **Cineclub La Aduana:** Patrocinado por la Corporación Luis Eduardo Nieto Arteta, conducido por 'Pepe' Enciso, con entrada libre, funciona los lunes a las 2:30 p. m. en el Auditorio Mario Santo Domingo.
- **Cinemateca del Caribe:** Fue fundada en 1986 por un grupo de cinéfilos y artistas que hacían parte del Cineclub Barranquilla, en convenio y apoyo con la Universidad del Norte y la Cámara de Comercio. Su motivación es "el deseo de llevar a las pantallas de cine ofertas diferentes a las propuestas por los circuitos comerciales y elevar con esto el nivel de la cultura cinematográfica del público de la ciudad de Barranquilla mediante la programación de cinematografías de otras nacionalidades, con otras estéticas y otras narrativas".⁷

1.1.2. Otros eventos y exhibiciones audiovisuales en la ciudad.

1996 - 2011. 'Salón internacional del autor audiovisual' (Cinemateca del Caribe). Lleva trece versiones temáticas, con programación académica.

2005 - 2011 'Festival de cine francés' (Alianza Francesa de Barranquilla).

2001 - 2011. 'Cinemóvil en el Caribe colombiano', exhibiciones gratuitas al aire libre en barrios de Barranquilla y municipios de la región (Cinemateca del Caribe).

2007 - 'Video joven' (Universidad del Norte).

2008 - 2011 'Locumental' (espacios abiertos).

Eventos como estos han comenzado a mostrar la producción audiovisual de la región Caribe, en particular de Barranquilla, donde existen dos programas formales de educación en producción audiovisual: la Facultad de Dirección de Radio y Televisión, de la Universidad Autónoma del Caribe, y la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, de la Universidad del Norte, además de algunos programas de nivel técnico o tecnológico.

■ 2. Descripción de la experiencia

La Fundación Cine a la Calle es una organización sin ánimo de lucro que convoca desde hace más de diez años a realizadores, estudiantes de carreras audiovisuales y aficionados a participar con sus trabajos en una muestra de cortometrajes al aire libre en Barranquilla.

Este colectivo fue creado en el año 2000 por Harold Ospina, Diego De la Rosa, Mayeli Amaya y Jorge Ferreira, egresados de los programas de Dirección de Radio y Televisión y de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Autónoma del Caribe. Posteriormente se integraron Irina García, Alejandra Pestana y José Paz Betancur.

Cuando eran estudiantes universitarios, ellos hacían parte del cineclub universitario Cineadepto, en el que organizaban anualmente un evento llamado 'Muestra internacional de cortometrajes al aire libre'. Según Alejandra Pestana: "No existía director de la muestra, pero sí un líder que estructuraba los conceptos y los objetivos de la muestra. En los primeros Cine a la Calle participábamos en todos los procesos, y ya, cuando cada quien se iba enfocando en lo que más le gustaba, se responsabilizaba de realizarlo".

Con la excusa de ser los encargados del cineclub, y gracias a su afición por el cine y la producción audiovisual, comenzaron a asistir a diversos encuentros de cineclubes y festivales de cine en el país. Su participación como espectadores en

dichos festivales les generó una interrogante: “¿Por qué no tenemos un festival así en Barranquilla?”.

Aun cuando existían varios cineclubes y personas apasionadas por el cine en la ciudad, no había hasta ese momento ningún festival de cine o de muestras itinerantes de tal magnitud. Jorge Ferreira, integrante de la Fundación Cine a la Calle, comenta que: “En el 2004, año en el que desaparece Cineadepo, de la UAC, la mayoría de miembros del festival empieza a terminar sus estudios y Cine a la Calle se convierte en una propuesta de profesionales y no de estudiantes”.

Los cineclubes de instituciones educativas y universitarias tienden a ser concertados y organizados por estudiantes activos de las instituciones. Por eso, cuando estos jóvenes se graduaron, desde afuera veían morir el evento anual de cortometrajes, y decidieron entonces organizarse y seguir con la muestra itinerante de cortometrajes al aire libre en el espacio público de Barranquilla. Así, en 2005 ese colectivo se consolidó como una fundación que realiza cada año el ‘Festival Cine a la Calle’, con una duración de cuatro días, una muestra itinerante de cortometrajes y una programación académica.

La apuesta por la creación de una fundación se motivó porque querían hacer itinerante la muestra de cortometrajes; porque les apasionaba el audiovisual; porque aspiraban a formar a los asistentes como espectadores críticos de lo que vieran; porque pretendían que los jóvenes conocieran realidades de diferentes culturas; y porque esperaban darles oportunidad a los nuevos realizadores de presentar sus proyectos y trabajos audiovisuales.

224

El público se hizo cada vez más asiduo a las funciones, y a los organizadores les tocó recurrir a patrocinadores, empresas e instituciones colaboradoras para premiar los cortometrajes.

Con la Fundación creada, las posibilidades de patrocinio fueron más amplias, y las de participar en convocatorias a nivel nacional e internacional se incrementaron considerablemente.

Actualmente, el Festival de la Fundación Cine a la Calle, que es el **único de cortometrajes** en la región Caribe, no solo hace exhibición, sino que también tiene una programación académica en la que año tras año invita a directores de cine, realizadores, directores de fotografía, actores, escritores, periodistas cinematográficos, investigadores y guionistas a dar conferencias y talleres sobre las obras audiovisuales o sobre temas diversos que tengan que ver con la producción audiovisual y las formas de ver y narrar el mundo a través del lente.

Cada año, mediante convocatoria, la Fundación Cine a la Calle reúne y selecciona los mejores cortos (documental, argumental, experimental, videoarte o animación) exhibidos en festivales y muestras a nivel nacional e internacional para presentarlos de forma gratuita en espacios abiertos de Barranquilla. También

hace parte de la estructura del evento la premuestra, que se realiza en colegios, barrios populares y centros culturales días antes de la programación oficial.

Después de diez años de labores, el evento audiovisual ostenta el rango y el nombre de 'Festival internacional de cortometrajes al aire libre Cine a la Calle'. Mayeli Amaya considera que "hoy día Cine a la Calle es el único festival audiovisual de la ciudad, de carácter gratuito, incluyente y de sostenida continuidad en la organización".

■ 3. Estudio de la experiencia

Para fines de esta investigación, se realizaron entrevistas a los fundadores y miembros de la Fundación y a los organizadores del Festival. También se aplicaron cuestionarios a los integrantes que se encuentran fuera de la ciudad o del país, y se emplearon fuentes secundarias.

Para el equipo de investigación resultó un reto entrevistar a los promotores y hacedores de esta experiencia, ocupados siempre en sus labores de producción, prensa, docencia, apoyo logístico y otros oficios, que desempeñan como *free lancers* en otros eventos de la ciudad, como 'Barranquijazz', en septiembre, 'Salón del autor audiovisual', en noviembre, y el Carnaval, entre enero y marzo, para ocuparse nuevamente del Festival, entre abril y mayo.

3.1. Perfil de los entrevistados

- **Diego de la Rosa.** Director general y jefe de prensa. 31 años. Comunicador social y periodista, con énfasis en comunicación político-económica. Especialista en filosofía contemporánea. Actualmente es oficial de abogacía y comunicaciones del Fondo de Población de las Naciones Unidas, en Laos.
- **Harold Ospina.** Director y productor general. 30 años. Director y productor de radio y televisión. Especialista en gerencia y administración cultural, de la Universidad del Atlántico. Actualmente cursa la maestría en gerencia de la comunicación en la Universidad del Zulia.
- **Jorge Ferreira.** Productor. 27 años. Director y productor de radio y televisión. Coordinador cultural de la Alianza Francesa de Barranquilla. Especialista en gerencia y administración cultural. Actualmente cursa la maestría en gerencia de la comunicación, en la Universidad del Zulia.
- **Mayeli Amaya.** Representante legal de la Fundación Cine a la Calle, y productora del evento. 32 años. Comunicadora social y periodista. Máster en comunicación y educación.

- **Alexandra Pestana.** 34 años. Comunicadora social y periodista, con énfasis en comunicación organizacional.
- **Irina García.** Coordinadora de producción. 24 años. Directora y productora de radio y televisión.
- **José Paz Betancourt.** Coordinador de premuestra y *staff*. 24 años. Director y productor de radio y televisión. Actualmente trabaja como productor free lance.

3.2. Modalidad predominante e intencionalidad de la experiencia

El ‘Festival Cine a la Calle’ tiene como objetivo central la exhibición de cortometrajes al aire libre, pero también ofrece espacios gratuitos de formación audiovisual al público. Por eso, durante los cuatro días del festival, desde las ocho de la mañana hasta las cuatro de la tarde, se realiza en un salón cerrado una agenda académica en la que se tratan temas sobre la realización audiovisual, la producción, el trabajo actoral y el de libretista o guionista.

3.3. Situación o problemática a la que responde la experiencia

226

Si algo es cierto, no solo en Barranquilla, sino en otras ciudades del país, es que los precios de la boletería para cine son muy elevados para el presupuesto de la mayor parte de la población. Aunque parezca exótico en una ciudad de más de un millón de habitantes, hay personas que por su condición socioeconómica no van a cine o nunca en su vida lo han hecho.

Por otro lado, en la ciudad existen cineclubes y otros eventos que fomentan la circulación cinematográfica y el consumo cultural, pero a estos eventos no se les hace la debida publicidad o son para un público especializado.

El modelo de las salas multiplex ya instalado en la ciudad por las dos grandes cadenas de distribución, Royal Films y Cine Colombia, está diseñado para el cine comercial, mientras que la Cinemateca del Caribe tiene en su cartelera películas de todos los países, con diferentes miradas del cine, con opciones visuales diferentes a la “hollywoodense”, con otros formatos y con narrativas novedosas e independientes. Sin embargo, el público que asiste a la Cinemateca del Caribe es específico, compuesto en su gran mayoría por estudiantes universitarios y cinéfilos con preferencia por el cine independiente.

Frente a esta problemática, Cine a la Calle propone una muestra gratuita de cortometrajes, con un formato diferente al establecido por las salas convencionales, y, sobre todo, puesto en escena en calles, parques y plazas públicas, para

que el cine no se quede dentro de una sala, sino para que responda a la carencia de espacios de este tipo en los barrios populares.

La novedad introducida en el año 2000 por Cine a la Calle fue la de llevar el cine y otras expresiones del audiovisual a espacios como el parque del Sagrado Corazón al norte de la ciudad; al Paseo de Bolívar, en el centro; al bulevar Simón Bolívar, en el suroriente; y al Parque Metropolitano en el suroccidente. Estos cuatro puntos no cuentan con participación y apropiación de los ciudadanos, y tampoco habían sido antes escenario para la actividad cultural de la ciudad.

De manera que cuando el 'Festival internacional Cine a la Calle' propuso la utilización de estos lugares como espacios para la circulación y consumo alternativo del video y del séptimo arte, comenzó a ampliar la oferta de espacios de encuentro y socialización de adultos, niños y jóvenes en torno a la cultura, y a promover la participación de los ciudadanos y ciudadanas en la vida cultural de la ciudad. Es evidente que Barranquilla tiene problemas con el manejo del espacio público debido a la poca concienciación de sus ciudadanos y a la mala planeación urbana, sin embargo, como dicen sus organizadores, eventos como Cine a la Calle convierten a Barranquilla en una pantalla gigante de cine, que descubre y muestra realidades en la calle.

Cine a la Calle, como su nombre lo indica, es para disfrutarlo en la calle, transformando esa concepción de que el séptimo arte vive en espacios cerrados y transgrediendo la idea de que el sujeto es quien va al cine. En este caso es el cine el que se desplaza por la ciudad buscando al sujeto.

Por último, parte de la problemática local es que los eventos culturales se realizan casi siempre al norte de la ciudad, y, por ende, el mayor porcentaje de asistentes a estos eventos son habitantes de la zona centro y norte de la urbe. ¿Dónde queda el otro porcentaje de la población, que vive en el suroriente, en el suroccidente y en el área metropolitana?

Como bien lo expresa una de las integrantes de la fundación, Alexandra Pestana: "Cine a la Calle les ofrece a la ciudadanía y a los estudiantes la posibilidad de apreciar un excelente material cinematográfico de manera gratuita y en un entorno inmediato: la calle".

En esta experiencia, "la calle" es un referente más sobre el cual *hacer* cultura. La calle como símbolo de reivindicación del espacio público, del encuentro con el otro/otra. No solo es la calle como acera o calzada por donde transitar, sino como un *lugar* —opuesto a los *no lugares*— en el cual crear participación ciudadana y fomento a la cultura.

Cine a la Calle hace partícipes a los espectadores, pues son ellos quienes, a fin de cuentas, con su asistencia, su entrega y su permanencia a lo largo de diez años le han otorgado a este evento el título de "festival internacional", y que sea agregado a la agenda cultural de la ciudad anualmente.

Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano

Otra de las problemáticas a las que se busca responder es a la cantidad y a la calidad de realizaciones audiovisuales en formato cortometraje que se estaban produciendo anualmente en la ciudad, pero que no salían de las aulas de clases o se presentaban en eventos o festivales externos. Desde 1914, cuando Floro Manco rodó el primer documental sobre el Carnaval de Barranquilla, hasta hoy, se han manejado dos formatos audiovisuales: el documental y el cortometraje de ficción.

Los realizadores locales trabajan con más asiduidad estos dos formatos, quizá porque eso les permite hacer una crítica más directa sobre diversos temas sociales y culturales y porque requieren poco dinero y poco tiempo de preproducción y posproducción.

Luego de Floro Manco y otros documentalistas, Álvaro Cepeda Samudio, en 1954, incorporó en formato de corto la ficción a la ciudad, y después de él la lista de realizadores locales que han hecho cortometrajes es larga.

Actualmente, la escuela de dirección de radio y televisión de la Universidad Autónoma del Caribe, y la de comunicación social y periodismo de la Universidad del Norte imparten nociones sobre el cortometraje e incentivan a los jóvenes universitarios amantes del cine y el audiovisual a realizarlos. Sin embargo, la ciudad y la mayoría de su población no habían tenido acercamiento a esta modalidad de la narración audiovisual.

De manera que, como forma de responder a esta necesidad de mostrar y de fomentar la producción, los fundadores de Cine a la Calle decidieron crear un evento que permitiera dar a conocer a los realizadores barranquilleros que estaban sacándole provecho al formato corto.

No obstante, el Festival no solo les da la oportunidad a realizadores locales o nacionales de presentar sus trabajos audiovisuales. También convoca, a través de la Internet y de la preselección previa a otros festivales, cortometrajes de realizadores de otros países de América y de Europa.

3.4. Estrategias para dar respuesta a la situación

La Fundación Cine a la Calle desarrolla unas estrategias que buscan responder a los vacíos, pero, sobre todo, adaptarse a las posibilidades que ofrece el contexto. Esas estrategias son las siguientes:

A. *La calle como espacio de circulación*

Abarcar a todo tipo de público era uno de los ideales, y la única manera de hacerlo era extendiéndose por toda Barranquilla, dividiéndola en tres partes: norte, centro y sur.

Esto les ha permitido identificar espacios con condiciones logísticas para la realización del evento en los populares barrios de Cevillar, Abajo, Simón Bolívar, El Bosque, etc.

Es necesario que el espacio esté cerca de la zona residencial, para que el público haga parte del evento. Por eso, los organizadores llevan el programa a sectores distintos a los tradicionales, como la Plaza de la Paz, la plazoleta del Teatro Amira de la Rosa, el edificio de La Aduana y los campus universitarios, buscando una cobertura tal que pudieran aproximarse a los barrios populares y abarcar un público más amplio.

Diego De la Rosa, cofundador de la Fundación, menciona lo interesante que fue para ellos las primeras dos temporadas del evento: “Los primeros dos años fueron muy particulares, pues la gente no entendía muy bien de qué se trataba Cine a la Calle, pocos sabían qué era un cortometraje y mucho menos por qué exhibíamos en la calle. Lo interesante era que apenas llegábamos a los barrios, la gente se involucraba y nos hacía preguntas y, finalmente, siempre contábamos con buena asistencia de público”.

B. El cortometraje como formato adecuado para la calle

El grupo fundador y gestor del evento afirma que no había un concepto claro cuando decidieron que la muestra sería solo de cortometrajes, pero de algo estaban seguros y era que querían llegar a la comunidad barranquillera para mejorar su apreciación audiovisual, ayudarla a fomentar una conciencia crítica en torno a lo audiovisual, y sacarla del convencionalismo y de los formatos enlatados de televisión.

229

La estrategia de presentar cortometrajes obedece a que es un formato con un lenguaje más ligero, y de corta duración, lo que permite que en espacios abiertos el público no se disperse, no se distraiga y no se aburra.

No solo es un formato más preciso y “digerible”, sino que permite presentar varias producciones en una hora de evento. Y la idea era mostrarle al público una gran variedad de realizaciones y enseñar una forma diferente de ver y vivir lo audiovisual.

“Debido al ruido y otros elementos distractores, la atención de los espectadores en el espacio público es fragmentada. En este sentido, el uso del cortometraje nos permite captar efectivamente la atención del público por intervalos cortos de tiempo”, dice Diego de la Rosa.

Otra de las estrategias importantes de este colectivo es que al aventurarse por el cortometraje permiten que realizadores o estudiantes de cine o carreras afines puedan participar, pues con la actual tecnología digital y un poco de creativi-

dad se motiva a la población local y nacional a participar en la convocatoria, y, además, la posibilidad de crear un cortometraje ahora es más fácil que hace cincuenta años.

C. Cobertura

Lo primero que hicieron los antiguos “cineadeptos” fue reunirse y concertar una propuesta del proyecto, después determinaron las fechas de convocatorias locales, nacionales e internacionales, de acuerdo a una base de datos que tenían, y luego definieron una fecha de recepción de materiales y crearon un Comité de Curaduría de los materiales recibidos. En esa reunión concertaban también las localidades dónde se harían la premuestra y la muestra oficial, dónde sería el lanzamiento, qué instituciones apoyarían, qué tópicos tendría el evento académico y quiénes serían los conferencistas.

Las convocatorias se realizan principalmente por la Internet, y se dirigen a sus bases de datos de colectivos audiovisuales existentes, facultades universitarias y cineclubes.

Así se expresa Harold Ospina, director y organizador del evento: “La convocatoria es realizada primordialmente a través de [la] Internet, soportada en un buen diseño y socializada a Barranquilla y otras ciudades. Se organiza la página de Internet para colgar la convocatoria también, y se empieza a hacer un trabajo fuerte de divulgación a través de nuestra base de datos, redes sociales e invitaciones directas a universidades con facultades de audiovisuales”.

230

Cada año, el evento recibe más de cien cortometrajes nacionales y extranjeros, que el Comité de Curaduría selecciona para la premuestra y la muestra oficial, antes de determinar cuáles quedan como finalistas para concursar por los galardones de mejor cortometraje internacional, mejor cortometraje nacional y mejor cortometraje local.

Aunque hoy menos que en los primeros años, lo más difícil de lograr en la organización del evento es encontrar patrocinio y apoyo en empresas del sector privado.

Con el patrocinio de la Secretaria de Cultura, Patrimonio y Turismo de Barranquilla, se decidió hacer una premuestra en lugares cerrados, como escuelas públicas y casas culturales.

Diego De la Rosa menciona cómo se iniciaron las premuestras, y los beneficios que llevaron al Festival:

Podríamos decir que la premuestra se inició con las inauguraciones que hacíamos en la universidad, era una manera de llegar a otros públicos y consolidar nuestra presencia y colaboración con las instituciones. Lue-

go lo establecimos con entidades culturales y educativas. El ejercicio ha sido interesante. En algunos casos muy exitoso y en otros no tanto, pero nos ha permitido proyectar en decenas de espacios por toda la ciudad, conocer públicos cautivos y promover la muestra oficial.

D. Espacios académicos para la formación de públicos

Esta experiencia, además de exhibición de cortometrajes, tiene la contraparte de formar un público más crítico en torno a lo audiovisual. De manera que cada día del festival, en horas de la mañana, se abren las puertas a todo tipo de público, especialmente estudiantes universitarios y docentes en áreas de cine y apreciación cinematográfica para que participen de los eventos académicos.

Diego De la Rosa explica brevemente como comenzaron con la parte académica: “Iniciamos con un modesto evento académico en el que contamos con Jorge García Usta, que fue uno de los padrinos de esta idea, y en los años sucesivos tratamos de ofrecer distintas opciones, especialmente para públicos interesados en lo audiovisual”.

El primer año del Festival no se realizó evento académico, pero a partir del segundo, en 2001, los organizadores notaron la necesidad y la relevancia de tener un componente formativo que abriera un espacio de discusión y de retroalimentación en torno a la cultura audiovisual que se abría campo gracias al evento.

Afirma Jorge Ferreira que la intención era que “nuestro evento dejara una huella y personas motivadas a trabajar alrededor de lo audiovisual; por eso, reconocidos hacedores de lo audiovisual del país y del mundo fueron invitados para que vinieran a aportar sus experiencias a través de charlas, talleres y conferencias. En este año 2002, nuestro evento académico giraba alrededor del cortometraje”.

Sin embargo, a partir de 2005 el grupo organizador prefirió no poner una temática específica cada año a la parte académica, sino que dejó secciones abiertas a la charla en torno a la apreciación audiovisual.

La apuesta fue, entonces, a la formación de públicos, a la recuperación del espacio colectivo, y a la apropiación del audiovisual como experiencia narrativa y como espejo cultural. Al parecer, en estos últimos diez años lo han conseguido.

3.5. La relación con el contexto

La calle es un lugar para todo tipo de público, es decir, puede llegar a reunir en un mismo lugar a adolescentes, jóvenes y adultos mayores, quienes, a su vez, son estudiantes, docentes, amas de casa, realizadores, pintores, fotógrafos o, simplemente, aficionados.

Como señalábamos al inicio de este texto, para algunos estudiosos de los comportamientos socioculturales en la ciudad, los jóvenes entre 12 y 22 años, que constituyen una población olvidada en la ciudad, primordialmente persiguen identidad e imaginarios colectivos que los ubiquen dentro de la sociedad. Por eso, Cine a la Calle apunta a la construcción de identidades y a observar la mirada argumentativa que hacen los jóvenes del mundo.

Hasta el año 2000, el único evento local que reunía todo tipo de públicos en un mismo lugar y estimulaba diferentes usos del espacio público era el Carnaval de Barranquilla. No obstante, los discursos sobre cultura ciudadana y el ejercicio de la democracia contrastan con el mal uso del espacio público, ya que es una época que incentiva el consumo de alcohol, el ruido y la intolerancia. Siguiendo con el estudio de Flores y Gómez: “Ante esta carencia, la necesidad de socialización del joven para construir identidad se lleva a cabo en espacios inadecuados y mediante actividades que le impiden el desarrollo de una personalidad social responsable, tales como el exceso en el consumo de alcohol y drogas, actitudes asociadas a la violencia juvenil o a usos irresponsables de los espacios”.⁸

La decisión de utilizar el espacio público como escenario es entonces arriesgada, pero prometedora, ya que permite que el público, especialmente los jóvenes, se sientan comprometidos con este evento. Cine a la Calle es un evento para el público y del público. “Lo primero que buscan los jóvenes para expresarse cuando no tienen a su alcance los medios necesarios es un espacio físico. Esto brinda la sensación de pertenencia física y simbólica, permitiéndoles identificarse y reconocerse como individuos”.⁹

232

El compromiso de este colectivo con la urbe es devolverles espacio público a los ciudadanos creando un evento sano, educativo e incluyente que, al acercar la población a la ciudad, y viceversa, genera dinámicas sociales y culturales que miran a la urbe desde adentro.

Asimismo, la relación de la Fundación Cine a la Calle con el público joven es la de incentivar y motivar a las nuevas narrativas audiovisuales, no solo con la exhibición que hacen al aire libre, sino con la parte académica, a la que asisten muchos jóvenes aficionados al cine que aprenden que no es tan difícil expresarse. Cine a la Calle es una muestra para los jóvenes de que sí hay actividades que se relacionan con la ciudad y su progreso.

3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado

La primera persona clave para los inicios de esta experiencia fue el escritor y periodista Jorge García Usta, jefe de prensa del ‘Festival de cine de Cartagena’; luego, la Secretaría de Cultura, Patrimonio y Turismo (en ese entonces IDCT), y la Universidad Autónoma del Caribe.

Cuando el grupo organizador participaba como público asistente al 'Festival de cine de Cartagena', y por el hecho de ser sus integrantes miembros del cineclub de la Universidad Autónoma del Caribe, estos establecieron contacto con Jorge García Usta, quien apoyó, incentivó y apadrinó a los jóvenes con el proyecto de Cine a la Calle y su primera muestra internacional de cortometrajes. Gracias a Jorge García Usta obtuvieron la primera selección de cortometrajes y asesoría sobre cómo manejar y concertar el proyecto.

Luego, a lo largo del proceso de creación de Cine a la Calle, recibieron apoyo de la Alcaldía de Barranquilla, de la productora La Esquina del Cine y de la Alianza Colombo Francesa.

El apoyo que recibieron de estas instituciones y personas, en el caso de IDCT y de la Universidad Autónoma del Caribe consistió en equipos, materiales para la preproducción del evento, permisos para las localidades y espacios, tiquetes de invitados, viáticos, etc.

En el sector privado, uno de los grandes patrocinadores desde el inicio ha sido Laboratorios Incobra, la única empresa del sector privado que no tiene relación directa con la actividad audiovisual, pero que ha apoyado año tras año el evento.

Tiempo después se unieron con patrocinio y apoyo:

- **Sector de la academia:**

Universidad del Norte

Universidad Simón Bolívar

- **Sector privado:**

Transmetro

Fundación Cinemateca del Caribe

- **Sector Estado / gubernamental**

Ministerio de Cultura y Turismo

Teatro Amira de la Rosa

Todas estas instituciones han manifestado su apoyo al Festival a través de donativos (efectivo) y de equipos, materiales, espacios y demás.

Afirma Diego de la Rosa que con otras empresas del sector privado y algunas entidades gubernamentales ha sido difícil dialogar y obtener apoyo: "Siempre fue arduo. Con las entidades gubernamentales es muy complejo y fragmentado, los interlocutores no estaban muy interesados, creo. Con la empresa privada el diálogo ha sido casi siempre nulo".

Paulatinamente se han hecho alianzas también con fundaciones y agencias internacionales, más que todo en el caso de materiales audiovisuales con: Muestras Kimuak, del País Vasco; Agencia Freak, de España; Promofest, de Madrid, In vitro visual, de Bogotá; 'Este corto si se ve', de México; y otras entidades más.

Mientras transcurre la convocatoria, el colectivo hace una reunión en la cual se organizan las propuestas comerciales para las empresas o la estrategia para conseguir recursos para la financiación del Festival.

Harold Ospina manifiesta que dentro de la selección de cortometrajes y documentales también fomentan el respeto de los derechos humanos gracias a unos grupos que apoyan particularmente estos aportes: "Tuvimos una selección de unos videos de los Montes de María, ACNUR, apoyando una campaña que tenía que ver con los desplazados y algunos derechos humanos. Apoyo y relación con la Alianza Francesa desde el comienzo para el desarrollo del Festival".

Y, sin lugar a dudas, el apoyo más grande e incondicional ha sido el del público, (participantes y aliados) que han hecho posible que este Festival no muera.

3.7. Tipo de relación establecida con el público

El 'Festival internacional de cortometrajes al aire libre Cine a la Calle' nació del trabajo de un colectivo de jóvenes egresados de la Universidad Autónoma del Caribe, y ha ido creciendo gracias al apoyo incondicional del público, que año a año espera el evento.

234

Al principio, como todo proyecto nuevo, con personas inexpertas en cuanto a la realización de eventos culturales, la relación con el público era tímida y, quizá, confusa. Algunos concursantes no entendían por qué se descartaba su obra de la muestra oficial, o el público asistente, que en su gran mayoría no estaba familiarizado con el formato cortometraje, pensaba que el evento era una muestra de avances de largometrajes.

Sin embargo, cuando el grupo decidió hacer la premuestra, el público comenzó a conocerlos, y desde las instituciones —colegios, casas culturales, universidades— y los barrios populares consolidaron su presencia.

Puede decirse que la relación con el público se inició desde cero. Existía un público reacio, y también un público que no sabía para qué, por qué y cómo funcionaba el Festival. Como anteriormente se ha dicho, había un gran número de espectadores que no tenían conocimiento de lo que era el cortometraje (particularmente, en barrios residenciales y populares). El Festival comenzaba a conocer las necesidades, los gustos e inquietudes del público, y el público, a su vez, se permitía conocer qué eran los cortometrajes; entender el humor, la argu-

mentación o la narrativa de los mismos; y reconocer a las personas que hacían posible el evento.

Jorge Ferreira comenta cómo ha sido la relación de la Fundación con el público:

Al principio, la mayoría de personas, ciudadanos de a pie que se tropezaban con la muestra, vecinos del barrio en donde la realizábamos, no conocían del formato del cortometraje; al hablar de cortos, la gente creía que eran los promocionales de las películas, conocidos como *trailers*. Les hacíamos una breve explicación de lo que verían y se mostraba mucha curiosidad, incluso, en el barrio Cevillar, donde iniciamos la muestra en 2001, las mismas personas sacaban las sillas de sus casas para ir a ver los cortos. Con el paso del tiempo, cuando llegamos a los barrios populares, ya existía un conocimiento y un reconocimiento del corto y del Festival.

Así, paulatinamente, la relación entre colectivo y público creció, y desde hace más de diez años ha sido correspondida. El Festival ha contribuido a formar un público crítico, ha favorecido la creación de espacios de concertación y socialización. “Más de 20 mil personas se han beneficiado de Cine a la Calle, y han logrado tener acceso a un cine distinto que plasma estéticas emergentes y novedosas”.¹⁰

El Festival no solo mantiene su relación con el público de Barranquilla, pues ha llegado a otras partes del país y del mundo: Pereira, Manizales, Bogotá, México, España y Venezuela.

Mayeli Amaya considera que: “Debemos consolidar el proyecto de convocatoria y desarrollar más fuertemente la formación de público, que es, en mi opinión, el que ha elevado a Cine a la Calle a la categoría de festival sin público no hay motivo para hacer una nueva versión”.

235

3.7.1 Preparativos y exhibición

Cada año, a finales de abril, los organizadores emiten comunicados de prensa para invitar al lanzamiento del evento. Envían invitaciones a colegios, universidades y otras instituciones educativas. El lanzamiento ocurre, regularmente, en las instalaciones de la Cinemateca del Caribe. A partir de ese momento, se reparten *flyers* y folletos, en los que se indica al público dónde se realizan las primeras funciones de premuestra, por lo general, en espacios educativos.

Los organizadores manejan una base de datos con los asistentes a versiones anteriores, de manera que a través del correo electrónico hacen invitaciones al evento. La información de estas invitaciones electrónicas incluye las locaciones y las fechas de las premuestras y de la muestra oficial.

A través del canal regional Telecaribe, se emite el video promocional del evento del año, y los organizadores y el jefe de prensa del mismo asisten a programas y magazines culturales para invitar al público a acudir. Asimismo, por la prensa escrita local se convoca la asistencia indicando una breve descripción que indica qué es Cine a la Calle e informa sobre fechas y lugares de exhibición.

La muestra oficial se hace en Barranquilla, comenzando siempre en la Plaza de la Paz. Desde la mañana se empiezan a ultimar los detalles, se ubican sillas en la plaza, y a las 4:00 p. m. llegan los primeros asistentes. La muestra oficial se inicia a las 5:00 p. m., cuando un presentador da la bienvenida. En la pantalla se proyecta el video promocional del evento, que luego se repite entre cortometraje y cortometraje.

El *staff* reparte la programación y responde las inquietudes de los asistentes que por primera vez asisten al evento. Al dar inicio a la muestra oficial, el presentador o moderador del evento da el título del cortometraje que se va a presentar, de qué nacionalidad es y quién es su director.

3.8. Factores de éxito y dificultades del 'Festival Cine a la Calle

A. Factores de éxito

En palabras de Diego de la Rosa, co-fundador del colectivo, los puntos clave para el éxito de Cine a la Calle son los siguientes:

236

Uso del cortometraje: El formato principal con que se hacen las pre-muestras y muestras oficiales es uno de los puntos clave para la realización de este evento, ya que por su lenguaje rápido y ligero permite que el público lo “digiera” de una forma idónea, sin llegar a largos baches aburridos que pueden dispersar la atención del público. Diego De la Rosa afirma: “Creo que haber escogido cortometrajes nos favoreció desde el principio. Se trataba de un formato prácticamente desconocido por el público y podríamos decir que en gran medida inexplorado por los realizadores locales. Los cortos captan la atención del público y le dan la opción de no comprometer gran cantidad de tiempo en el acto de consumo cultural”.

Gratuidad: Es un factor de éxito el hecho de que el Festival no le exija dinero a los participantes ni al público asistente ni a quienes responden a la muestra, pues se trata de un evento gratuito y al aire libre. Una de las problemáticas iniciales del proyecto y de la ciudad es llegar a esos públicos que por su situación socioeconómica no podían asistir a espectáculos o a proyecciones audiovisuales. El público se apropia mucho más de eventos gratuitos porque siente que no hay que aportar nada más que buena voluntad. “Aunque puede ser objeto de discusiones en el ámbito de la gestión cultural, la gratuidad del espectáculo

facilita el acceso del público, especialmente en una ciudad como Barranquilla donde no existe una costumbre de pagar por cultura”.

Uso del espacio público: Otro de los factores de éxito ha sido la decisión de hacer un ejercicio de ciudadanía, participativo y democrático. Los espectadores se sienten parte integral del evento, y quienes lo siguen de cerca, porque ven en él una manera de concienciar a la ciudad en torno a lo cultural, participan como voluntarios de la organización. Esa apropiación del evento es realmente gratificante, tal como lo considera Diego de la Rosa: “Aunque no fue una idea nueva ni original —cuando comenzó Cine a la Calle ya existían experiencias similares en otras ciudades del mundo—, el hecho de usar el espacio público para este tipo de actividades fue novedoso en la ciudad en su momento y despertó un interés en los gestores locales por recuperar el espacio público como escenario cultural”.

Calidad de las obras: La consecución de buen material audiovisual para las pre-muestras y las muestras oficiales. “El Festival ha tenido la oportunidad de presentar obras de alto nivel galardonadas en Festivales de talla internacional y el público lo ha notado”.

Recurso humano: Uno de los factores de éxito del evento es que los miembros fundadores y organizadores son entusiastas de la cultura audiovisual. Sin esa pasión quizá no habría sido posible crear y mantener un evento de esta magnitud, ya que ellos, a través del audiovisual, ven una manera de contar y narrar realidades y de contribuir con la ciudad. “En sus once años, el Festival ha contado con el trabajo desinteresado de decenas de personas que han donado su tiempo, ideas y experiencia para hacer posible la actividad. El trabajo de sus miembros fundadores y del staff que cada año se suma han permitido al Festival mantenerse durante todo este tiempo”.

B. Las dificultades

La dificultad más grande ha sido la consecución de recursos económicos y de apoyo de empresas del sector privado. Porque si eso no fuera así, se podría dejar de “abusar” del voluntariado del *staff* del evento y de quienes ayudan en la organización del mismo, como dice Harold Ospina. El pago de honorarios sería un buen incentivo para ellos y para quienes durante más de diez años han puesto sus sueños y parte de su vida profesional en ello.

■ 4. Análisis del caso

Gestión cultural, imaginarios, ciudad y espacio público son algunas de las categorías que encontramos al hacer el análisis de este caso ubicado en Barranqui-

lla. Todas ellas cruzadas con variables como la oferta audiovisual, la circulación de productos y las políticas públicas.

Desde el punto de vista de la comunicación, el caso nos remite a los imaginarios colectivos, al consumo cultural, a los lenguajes urbanos y a los procesos de construcción de comunidades virtuales (¿nuevas ciudadanías?) basadas en las tecnologías del audiovisual. Sus protagonistas son jóvenes universitarios de clase media que canalizan hacia el cine y el video sus inquietudes intelectuales y sus energías creativas.

Podemos ver entonces el impacto de esta experiencia desde la perspectiva de la ciudad, pero, al mismo tiempo, hacerlo desde tres puntos de vista: la ciudad y sus espacios, la ciudad y sus públicos, y la oferta cultural de la ciudad.

4.1. Cine en el espacio público y públicos para el cine

El impacto inmediato del 'Festival Cine a la Calle' es, sin duda, sobre el espacio de lo público. El evento promueve durante una semana al año el uso compartido de ese que es un bien escaso en una ciudad como Barranquilla, donde el modelo de planeación y el desarrollo urbano han construido una urbe sin zonas verdes ni áreas de esparcimiento para los ciudadanos. La Fundación Cine a la Calle actúa entonces como mediador entre la ciudad y el ciudadano y entre las búsquedas creativas de los realizadores y la necesidad de diversión o consumo cultural de los espectadores.

238

De otra parte, al hacerlo de manera sostenida durante una década, el evento ha ido cultivando un público que, si bien al comienzo no sabía lo que era un cortometraje, que confundía con el tráiler de un largometraje, ahora puede, incluso, distinguir entre varios formatos y géneros del audiovisual.

En lo que toca a Barranquilla, parece que un sector de su población (más de 20 mil personas, según cálculos de la fundación organizadora) aceptó la propuesta que estos jóvenes le hicieron hace once años, y por eso hoy existe un público que espera cada año la temporada de cortos de Cine a la Calle, no solo para conocer historias y estéticas de diferentes lugares, sino para aprovechar los talleres y charlas de los realizadores invitados. Se ha formado, en ese sentido, un público y una demanda, aunque ello no necesariamente se origina en un proceso sistemático de formación.

4.2. El cine en la oferta cultural de la ciudad

Guillermo Sunkel llamaba la atención sobre la necesidad de estudiar las demandas culturales de la población y sus formas de apropiarse de los mensajes y

demás productos de la cultura.¹¹ Desde el punto de vista de la oferta cultural de la ciudad, la programación del Festival constituye una alternativa complementaria a la agenda anual de eventos culturales que Barranquilla ofrece a propios y visitantes. En este sentido, los diferentes eventos de esta agenda pueden verse como los productos de un catálogo dirigido a vender a la ciudad, y la promesa del 'Festival de cortos al aire libre Cine a la Calle' sería seducir a una ciudad con productos audiovisuales que le ayuden a pensar.

4.3. Cine, ciudad y políticas públicas

Barranquilla vive la paradójica situación de que, a pesar de no disponer de verdaderos espacios donde concertar lo cultural, y de ser una ciudad resistente a brindar apoyo a los proyectos artísticos, al mismo tiempo es cuna de notables intelectuales y artistas del Caribe colombiano, lo que indicaría que existe una corriente social de creación y producción de bienes culturales que, sobreponiéndose a las dificultades del entorno, logra concretar en obras sus necesidades expresivas y, en últimas, contribuir a la construcción del patrimonio cultural de la ciudad. A partir de esta dicotomía, desde diversos sectores de la cultura se ha planteado la necesidad de pensar en la formulación de políticas públicas capaces de dar respuesta a las demandas de la ciudad en materia de cultura, y al derecho de los creadores a contar con el apoyo del Estado para entregar a la sociedad su aporte artístico o intelectual.

En las dificultades de este Festival como en las de tantas otras experiencias de producción, circulación o consumo cultural está expresada la debilidad institucional de la ciudad y la región para proponer e implementar políticas públicas de fomento y promoción de la actividad cultural en general y audiovisual en particular.

Desde sus linderos, la academia también se ha esforzado por brindar elementos que faciliten el diseño de esos lineamientos y la adopción de criterios para el manejo de aspectos que afectan, por ejemplo, a la población juvenil. Trabajos como los de Pamela Flores y Nancy Gómez, investigadoras de la Universidad del Norte, sobre el papel del espacio público y la infraestructura cultural en la construcción de la identidad de los jóvenes barranquilleros, demuestran que Barranquilla no les ofrece espacios donde construir ciudadanía, y, por lo mismo, su identidad se conforma en espacios privados, discotecas y bares (Flores y Gómez, 2005). "Todo aquello que hace reflexionar sobre la infraestructura cultural como espacio en el cual los jóvenes puedan [...] expresar, socializar universos simbólicos individuales y colectivos; configurar sentidos de identidad con el grupo y con la ciudad se nos presenta como una propuesta no sólo interesante teóricamente sino urgente en medio de nuestra problemática social".¹²

El trabajo que el 'Festival Cine a la Calle' ha desarrollado a lo largo de una década bien puede contribuir con esa reflexión sobre la construcción de sentidos y de relación con la ciudad, y no solo para los jóvenes. Este evento es ejemplo de cómo un proyecto de iniciativa estudiantil logra consolidar un poder de convocatoria y una muestra audiovisual que genera nuevas dinámicas de relación con la ciudad, forma públicos y construye identidades. En esa dimensión, Cine a la Calle es una ventana abierta al descubrimiento de realidades y a la construcción de las mismas. "[Uno mira para verse], escribía Giraldo, en una figura según la cual el cine se aparece ante nosotros como si esparciera un azogue frente a lo que somos, como si plantara un espejo donde vernos".¹³

■ Notas

- 1 Este estudio de caso se hizo con la asistencia de Edilberto Porras y Karen Adrians en la investigación.
- 2 Dane. Censo de 2005.
- 3 Gonzalo Restrepo Sánchez. *Breve historia de los cineastas del Caribe colombiano*. Barranquilla: Ideas Gráficas, 2003, 168 p.
- 4 Disponible en: <http://www.cinematocadelcaribe.com/salon.htm>.
- 5 Jairo Parada. (2011, 11 de abril). Estrategias para un desarrollo incluyente en el Caribe. *El Herald*.
- 6 Pamela Flores y Nancy Gómez. (2005). Ciudadanía juvenil: sin espacios. ¿Dónde construirla? *Investigación y Desarrollo*. Vol. 13, N° 1.
- 7 Tomado de http://www.cinematocadelcaribe.com/cinematoca_hist.htm.
- 8 Pamela Flores y Nancy Gómez. (2005). Ciudadanía juvenil: sin espacios. ¿Dónde construirla? *Investigación y Desarrollo*. Vol. 13, N° 1.
- 9 Ídem.
- 10 Tomado de la programación impresa correspondiente a 2005.
- 11 Guillermo Sunkel. (2002). Una mirada otra. La cultura desde el consumo. *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Daniel Mato (compilador). Caracas: CLACSO. 2002. Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>.
- 12 Pamela Flores y Nancy Gómez. (2005). Ciudadanía juvenil: sin espacios. ¿Dónde construirla? *Investigación y Desarrollo*. Vol. 13, N° 1.
- 13 Diego Rojas. (2003). "Cine Colombiano: Uno se mira para verse". *Medios y nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia*. Bogotá: Aguilar, p. 381.

Por las sabanas de Sucre y Córdoba

El “viaje” audiovisual de César Berrocal

Experiencia: César Berrocal y Álex Rendón, realizadores de la serie *Fandango, encanto de la sabana*.

Localización: Montería

Edad: 39

Período de estudio: 2007-2010

El único secreto de ‘Checho’, como conocen en el Caribe colombiano a César Augusto Berrocal Hernández, es saber llevar a la pantalla la aventura que es su vida. Nacido y criado en las sabanas de Sucre y Córdoba, ha conocido de cerca a los hombres que hicieron leyenda en el canto de vaquería, ha trasegado con los pescadores de las ciénagas, ha recorrido caminos indígenas, se ha perdido entre el monte, y ha tomado café endulzado con panela. Con una formación audiovisual y actoral que comenzó desde su infancia, ‘Checho’ Berrocal es un realizador que busca renovar la narración audiovisual del Caribe colombiano.

■ 1. Características del contexto

El territorio que hoy ocupa el departamento de Córdoba fue habitado por los zenúes, cultura precolombina caracterizada por el fino trabajo de orfebrería, la cerámica y las obras de ingeniería hidráulica que desplegaron en las riberas del río San Jorge. Ubicado al noroeste de Colombia y al sur de la región Caribe, Córdoba tiene límites con el mar Caribe y con los departamentos de Sucre, Bolívar y Antioquia, es decir, cuenta en su territorio con ambientes de sabana, costa, montaña y río.

Veintiocho municipios se encuentran localizados a lo largo de sus dos grandes regiones. La primera, de tierras planas o sabanas, comprende los valles de los ríos Sinú y San Jorge, y concentra la mayoría de los municipios. La calidad de sus tierras y el gran número de cuerpos de agua que la recorren convierten a la agricultura y la ganadería en las actividades primordiales de esta área de Córdoba. La segunda gran región, al sur del departamento, es montañosa, con relieves marcados por las serranías de Abibe, San Jerónimo y Ayapel. Allí se encuentra el Parque Nacional Natural de Paramillo, y cimas como la del Paramillo del Sinú, que albergan una de las mayores concentraciones de fauna y flora nativa del norte de Suramérica.¹

1.1. Sectores de la economía

La principal actividad económica en varios de sus municipios, como Ayapel, Buenavista, Montelíbano y Puerto Libertador, es la minería (Montelíbano es sede de la firma Cerro Matoso, segunda productora de ferróníquel del mundo).² En el sector primario destaca la ganadería, que aporta el 18% del PIB departamental y representa el 10% del hato ganadero del país. También en este sector tiene gran peso la siembra de cultivos transitorios, especialmente maíz y algodón.³ Durante 2009, la suspensión de las negociaciones con el mercado venezolano, principal socio comercial del departamento, ocasionó una reducción en las exportaciones no tradicionales y, por tanto, sobreoferta de ganado, que ocasionó la disminución en los precios internos. Adicionalmente, el departamento continuó participando significativamente en la cosecha de algodón a nivel nacional, al aportar 71% del total sembrado en el país.⁴ Entre tanto, la actividad minera representa el 27.4% del PIB del departamento y el 10% del PIB nacional.⁵

1.2. Situación social

En el segundo quinquenio de los ochenta se agudizó la violencia en el departamento como consecuencia de la expansión de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (Farc) y del Ejército de Liberación Nacional (ELN). Como respuesta a la violencia de estos grupos guerrilleros, se conformaron los grupos paramilitares o de autodefensa, con lo cual la violencia del conflicto armado entre estas facciones terminó teniendo graves repercusiones sobre la situación de los derechos humanos de la población civil y sobre la competitividad del sector agropecuario, pues las extorsiones comenzaron a ser consideradas como un costo directo de la producción agrícola y ganadera.⁶

La dinámica del conflicto armado en el departamento de Córdoba, y, en consecuencia, su situación en materia de derechos humanos y derecho internacional humanitario, ha estado estrechamente ligada a sus condiciones socioeconómicas y geográficas.⁷ La topografía del departamento, unida a su estratégica ubicación geográfica (costa sobre el mar Caribe y comunicación con el Urabá antioqueño), favorecen la siembra de cultivos ilícitos, el transporte de drogas y de insumos químicos, el tráfico de armas y municiones, y la movilidad y retaguardia de los grupos armados. El dominio de las tierras y de los recursos naturales ocasiona muchos de los enfrentamientos entre las autodefensas y los grupos guerrilleros.

1.2.1. Desplazamiento forzado

Como consecuencia de las continuas acciones armadas que llevan a cabo los grupos insurgentes y de autodefensa en los departamentos de Sucre y Córdoba se registra, desde 1995, un aumento alarmante de las cifras de desplazamiento forzado, según datos de la antigua Red de Solidaridad Social (hoy Acción Social).⁸ En efecto, debido a que los grupos armados han utilizado estrategias militares basadas en actos de retaliación y venganza, como amenazas, masacres, torturas y ataques selectivos a las comunidades, con cada reconquista o cambio de influencia de uno u otro grupo armado la población civil se ha visto forzada a desplazarse a los cascos urbanos de los dos departamentos.

Desde 1999, este problema se ha localizado principalmente en el sur del departamento de Córdoba, donde se asumen como municipios expulsores Valencia y Tierralta, y receptores Montería, Valencia, Tierralta y Montelíbano.⁹ En esta zona se asientan los indígenas embera katíos, el grupo étnico más afectado por esta infracción al derecho internacional humanitario.¹⁰

Inversamente a lo que se esperaba después de la desmovilización en 2005 del bloque Sinú-San Jorge de las AUC, la situación en Córdoba se tornó más violenta. La lucha por el monopolio de las rutas del narcotráfico y los enfrentamientos entre grupos ilegales generó una guerra interna que obligó a 122 mil personas a desplazarse, según cifras de Acción Social.

La lucha por el poder en la región ocasionó numerosas masacres en 2010, cinco de las cuales dejaron 25 muertos y cientos de personas desplazadas en los municipios de Buenavista, Puerto Libertador, Montería, Montelíbano y la Colonia El 72. De otra parte, 413 solicitudes de restitución se registran a la fecha en Córdoba, como lo estableció la Comisión Regional de Restitución de Bienes (CRRB) de este departamento luego del cruce de información con diferentes instituciones. También se han identificado problemas como el surgimiento de nuevos escenarios de violencia y la lentitud en los procesos de restitución de bienes por efecto de la poca colaboración de los postulados en el proceso de Justicia y Paz.

En el caso de Sucre, según datos de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación (CNRR), todo el departamento, en particular San Onofre y algunos de sus corregimientos, ha sido escenario de hechos de violencia múltiple, catalogados como crímenes contra la humanidad: la desaparición forzada y al asesinato de tres mil personas, 75 masacres con 329 víctimas entre 1999 y 2000, el camuflaje de los cuerpos de las víctimas en cientos de fosas comunes, el desplazamiento forzado de 70 mil personas, y la práctica regular de tortura, a lo que se suma también el exterminio de militantes de la Unión Patriótica, la aniquilación de asociaciones campesinas como la Anuc, y el saqueo de bienes y recursos públicos.¹¹

1.2.2. Paramilitarismo

Los informes de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación indican que las estructuras paramilitares han vuelto a operar en esta región del Caribe colombiano desde comienzos de 2006, cuando alrededor de 300 hombres armados procedentes de Córdoba llegaron al departamento de Bolívar, y están actuando entre los municipios de Arjona, Turbana y María la Baja.

Por otro lado, Sucre ha sido considerado zona estratégica por los grupos armados irregulares a causa de los corredores naturales, zonas de retaguardia y de avanzada con las cuales cuenta el departamento. Así mismo, su geografía es propicia para el tráfico de estupefacientes, aprovechando el relieve y las numerosas corrientes fluviales que hay en el litoral Caribe y coadyuvan en la comercialización de narcóticos, lo que hace que los problemas asociados al paramilitarismo aún continúen a pesar de los esfuerzos de los actores civiles, organizaciones sociales, ONG e instituciones estatales.¹²

Un informe publicado por la OEA sobre la Misión de Apoyo al Proceso de Paz señala los puntos en los que se presentan violaciones a los procesos de desmovilización, con impunidad y rearmamiento militar en tres regiones de Colombia, entre las que se encuentran tres municipios de Córdoba y Sucre. En los tres casos estuvo comprometido al menos un municipio de los departamentos mencionados, cuando no fue la región en su totalidad.

244

De otra parte, en un reciente estudio realizado por Gustavo Duncan, del Cede, de la Universidad de los Andes, el autor identifica la filtración paramilitar en las ciudades y en diferentes categorías de la sociedad colombiana. A nivel estatal incluye al Congreso, a la Fiscalía General de la Nación y al Departamento Administrativo de Seguridad (DAS). El estudio indica que se ha consolidado un tipo de intervención coactiva paramilitar en diversos procesos de decisión popular y, en general, en distintos grados de decisión del Estado.¹³

Según esta interpretación, el proceso de formación de una élite rural, de lo que Duncan ha llamado “señores de la guerra”, ha permitido construir un nuevo orden social en muchas regiones de Colombia alrededor de los excedentes del narcotráfico, de los ejércitos privados y de la creación de una nueva forma de Estado local. Este fenómeno ha azotado de manera especial a la región Caribe, particularmente a los departamentos de Sucre y Córdoba; las cifras sobre congresistas investigados por su relación con organizaciones paramilitares así lo indican. Se relaciona un total de catorce congresistas de Córdoba y Sucre investigados, cifra apenas superada por el número de congresistas investigados en Antioquia. El documento de la Corte Suprema de Justicia de Colombia y la Fiscalía General de la Nación, que cubre el periodo 2006 a junio de 2009, implica en Córdoba a dos representantes a la Cámara y a cinco senadores. En Sucre son tres los representantes involucrados en estas investigaciones y cuatro senadores, dos de los cuales han sido llamados a juicio y condenados.¹⁴

■ 2. Descripción de la experiencia

César Augusto Berrocal es un productor de radio y televisión egresado de la Universidad del Norte, que comenzó su actividad audiovisual hace diez años en Sincelejo, con un video de promoción turística encargado por la alcaldía municipal. 'Checho', como se lo llama popularmente en el medio, se dio a conocer en la televisión regional con su serie *Fandango, el encanto de la sabana*, producida y emitida por Telecaribe en 2003 en el espacio de la serie *Trópicos*, que tuvo una segunda temporada entre 2008 y 2009 con el título de *Nuestro Caribe*.

Berrocal es uno de los realizadores que alimentan la serie regional mediante propuestas que se presentan a la convocatoria anual del canal, que por un criterio de representatividad regional suele adjudicar un proyecto a cada departamento.

Berrocal dice que cuando hizo *Fandango*, con treinta y cinco años de edad, llevaba treinta recorriendo lugares y reuniendo información. Esta afirmación del director sabanero revela una de las claves de su trabajo para la televisión: su concepción de la vida como una gran película que está por llevarse a la pantalla. Sus trabajos reflejan lo que él ha vivido como hombre del campo y como hombre caribeño, capaz de integrarse, de compartir con cualquier comunidad y de narrar las múltiples facetas de la identidad Caribe desde su propia experiencia.

Pero, además de contar lo que cuenta, es decir, el qué, es característico en Berrocal el cómo lo cuenta, aspecto en el que nos extenderemos más adelante.

Los temas de la primera serie son los de la vida cotidiana en las sabanas de Sucre y Córdoba, con toda la carga de costumbrismo, tradición, magia, tragedia y humor que se puede encontrar en las historias de su gente y de sus parajes encantados. Esos primeros capítulos fueron:

- *Vitualla, el sabor de mi tierra*. Gastronomía sabanera.
- *Centauros de la sabana*. Carreras de caballos.
- *Cacho, calor y fiesta*. Corralejas.
- *Eco cultura sabanera*. La vida de los indígenas zenúes.
- *La captura del mero*. Pesca en el Golfo de Morrosquillo.
- *Machete en mano y tabaco en boca no se sofoca*. La vida del campesino en las fincas ganaderas.
- *El embalse*. La trashumancia del ganado del San Jorga a la sabana.
- *Fábula sabanera*. Tradición oral de las sabanas.

2.1. Mojana, tierra de leyendas

Entre *Fandango, el encanto de la sabana* y *Nuestro Caribe*, César Berrocal realizó para el canal regional, en una convocatoria especial que este hizo en 2007 sobre el tema de las relaciones hombre-agua, un documental que se ha constituido en un clásico de la televisión regional. Se titula *Mojana, tierra de leyendas*, y narra la funebria campesina en la región de La Mojana a través de la historia de un personaje de ficción: Juan Charris Caraballo, apodado 'Juan Chácara',¹⁵ seguramente por la numerosa prole que se le atribuía en la comarca (cuarenta hijos).

'Juan Chácara', como fue concebido por 'Checho' para mostrar la vida y la muerte en esta región de planicies inundables del sur del Caribe, es un personaje que muere al tratar de contener un dique que el río estaba a punto de desbordar, pero del relato se deduce que esta muerte no fue solo un accidente, sino que hay en ella una especie de mensaje que la naturaleza les envía a quienes, como Juan, han abusado de la Tierra y de sus animales con la tala de árboles y la cacería indiscriminada de especies hasta llevarlas casi a la extinción.

En este documental, 'Checho' y su compañero de fórmula Álex Rendón llevaron a su máxima expresión la fórmula del docu-ficción o ficción documental, que ya venían ensayando en los primeros capítulos de la serie *Fandango*. En este episodio se mezcla la realidad de la inundación y la muerte de un campesino con la historia que el documentalista ha tejido a partir de experiencias, recuerdos y relatos que ha escuchado sobre las formas de vida y tradiciones de las llamadas comunidades anfibias¹⁶ de esa extensa región conocida como la Depresión Momposina. Es a tal punto real esta historia que las doscientas personas que participaron en las tomas del velorio y el entierro de 'Juan Chácara' lo hicieron de una manera tan natural como lo habrían hecho en el sepelio real de cualquiera de sus vecinos o familiares.

Álex Rendón, contemporáneo de César, ha sido el complemento para producir técnicamente las ocurrencias del 'Checho', quien viaja por todo el territorio con su particular discurso de periodista natural, observador y sensible. Fueron compañeros de universidad, y desde siempre tuvieron la idea de hacer juntos algo con el video. En la sociedad de hecho que tienen César y Álex, el primero se hace cargo de la investigación y el libreto, y el segundo de la cámara y el montaje.

En Bogotá, durante su primera experiencia laboral como asistente de producción de un magazín de Señal Colombia, a 'Checho', en ese entonces recién egresado, no lo dejaban "ni tocar los equipos." Álex, en cambio, tiene a los cuarenta años muchas horas de experiencia como *gaffer*, camarógrafo y productor general de proyectos regionales para cine y televisión. Es conocido en el medio audiovisual por su rigor en el manejo de la imagen, por sus producciones limpias y por su responsabilidad.

Los dos concibieron el proyecto y lo presentaron a la convocatoria de Telecaribe, pero en el camino fueron introduciendo ajustes hasta dar con un estilo que tiene mucho de la televisión norteamericana, solo que este *host* criollo se mueve en un entorno próximo, no en las sabanas africanas, sino en las del Caribe, y habla un lenguaje que llega fácilmente al público, descomplicado, pero respetuoso, alegre sin ser chabacano, y provocador de una reflexión permanente sobre la importancia de valorar nuestra cultura y ser amables con el planeta.

Luego de la experiencia en Señal Colombia, donde tuvo la oportunidad de trabajar con productores como Alberto Amaya, César consideraba que había aprendido a trabajar como los grandes, es decir, con todos los recursos que se requieren y con una clara especialización del trabajo. Cuando llegó de nuevo al Caribe y comenzó a trabajar con la televisión regional tuvo que hacer la otra escuela, la del bajo presupuesto y el trabajo con las uñas. Eso sucedió en 2002, cuando Telecaribe le dio el sí a su idea de *Fandango, el encanto de la sabana*, y César Berrocal tuvo que hacer de presentador, guionista, director, investigador, productor, locutor y musicalizador.

En *Nuestro Caribe*, Berrocal continuó abordando temas propios de la sabana, como el fandango, la corraleja y la música de banda, pero la agenda se amplió para abarcar otras temáticas de la región, como los problemas de los parques naturales, la cultura wayúu o la tradicional riña de gallos en el Cesar.

En agosto de 2010, César Berrocal presentó una propuesta para la sexta temporada de *Trópicos*, que tuvo como lema 'La región que soñamos'. El tema, que había trabajado con su amigo Luis Manuel Espinosa, parecía recurrente en su repertorio, pero esta vez la mirada era si se quiere, más académica: *La sabaneridad, el espíritu autónomo del sabanero*. Por dificultades de producción causadas por la ola invernal de finales de 2010, este proyecto no pudo llevarse a cabo, y en su lugar César le propuso al canal un documental sobre las fiestas del 20 de enero, propuesta que fue acogida, por lo que en 2011 se verá un nuevo trabajo, en el que este realizador propone la transformación de la fiesta en corraleja en un espectáculo de mayor dignidad para los manteros y mejor trato para los animales.

■ 3. Estudio de la experiencia

Tres entrevistas realizadas en Sincelejo, donde César Berrocal se encontraba haciendo preproducción para varios proyectos, fueron suficientes para recoger los antecedentes, motivaciones y procesos creativos de este realizador, y para complementar la información que ya había proporcionado en las fichas y en la encuesta de las experiencias destacadas.

La elección de Berrocal como caso de estudio de la realización independiente en el Caribe colombiano siguió los mismos criterios aplicados para estos casos, en

particular, por la búsqueda expresiva que se evidencia en las series producidas durante el periodo de estudio.

3.1. Perfil de las personas entrevistadas

- 1 **César Augusto Berrocal.** 39 años. Productor de radio y televisión de la Universidad del Norte. Guionista y director.
- 2 **Álex Rendón.** 41 años. Director de fotografía y productor de campo.

3.2. Modalidad predominante e intencionalidad de la producción audiovisual

La modalidad predominante de uso del audiovisual en el caso de César Berrocal es la producción de documentales, y su intencionalidad es mostrar a la teleaudiencia regional otra forma de ver el patrimonio cultural del Caribe colombiano, a través de “un mensaje audiovisual que sea atractivo al televidente y que este pueda captar sin resistencia al contenido”.

3.3 Situación o problemática a la que responde la experiencia

Al escuchar el relato de César Berrocal sobre el origen de sus temas y de sus preocupaciones como documentalista, se deduce, en primer lugar, que este realizador hace conciencia de que existe en sí mismo y en la región una gran urgencia de narrar.

Había la necesidad de contar cómo era la funebria campesina en La Mojana; cómo es una comunidad zenú por dentro, en pleno siglo XXI; cómo vive el hombre anfibio y su familia en los humedales del sur profundo, aislado de tierra firme durante meses, viviendo del agua y del monte cercano. Había la necesidad de contar por qué los arrecifes de las islas del Rosario se están acabando, y hay la necesidad de seguir contando las historias que marca el devenir en el territorio del Caribe colombiano.

En una de las entrevistas le preguntamos a César Berrocal por qué no tocaba otros aspectos de la cultura del Caribe distintos a estos de la cultura popular, tradiciones, leyendas y paisajes, y su respuesta, como otras a lo largo de las charlas que sostuvimos, nos indicó que había cierto inconformismo con la representación que él encontraba de su tierra en el canal regional:

En un principio lo que yo veía en Telecaribe en lo que hacía a mi departamento siempre era sobre los pintores y los escritores, y eso me parecía súper bien, pero se enfrascaron largo tiempo en los pintores, los escritores y los escultores y regresaban siempre sobre los mismos cinco artistas [...] entonces, yo me preguntaba: “¿Dónde está lo demás?”.

Pero la necesidad es no solo de contar, sino de saber contar. Álex Rendón aporta esta reflexión a manera de ejemplo, sobre la representación que ha visto de otro tema también sobreexplotado, no solo en la televisión regional, sino en la nacional:

Después de haber ido a diferentes corralejas de la región nos dimos cuenta de las deficiencias que había en la forma de mostrar el tema, y lo que para otros es cómico para uno es tristemente repetitivo. Cuando uno ve nuevamente a esos banderilleros que se enfrentan al toro ya uno sabe que ese hombre se va a ganar 20 mil pesos o que se puede morir; que por 20 mil pesos que quiere llevar a su casa lo que puede llegar en cambio es un cadáver, entonces ya la cosa tiene una óptica diferente...

César complementa con un dato adicional, que ya ha incorporado en sus versiones de la popular fiesta de las zonas ganaderas: “Partiendo porque antes esos personajes de las corralejas no cobraban [...] lo hacían era por mostrar su valentía, su conocimiento, su manejo. Ahora es por una necesidad: se tienen que convertir en banderilleros para sobrevivir”.

Tanto Berrocal como Rendón piensan que el problema de las representaciones equívocas o caricaturescas que han hecho los medios de comunicación nacionales de la gente del Caribe no está bajo nuestro control: “... no tenemos control de lo que va a salir, no somos nosotros quienes escribimos, por eso lo *normal* es que ellos hagan con nosotros lo que quieran y nos representen según su imagen preconcebida. Eso no lo vamos a lograr creo que nunca, mira el año en que estamos y desde cuándo viene sucediendo eso, y sigue la novela burlesca y la sátira contra nosotros”.

Álex opina que Telecaribe ha sido el instrumento para mostrarnos tal como somos, y, aunque “ahora pretendamos avergonzarnos y estemos hastiados de presentarnos en burrito y con sombrero [...] y queramos volvernos ciudadanos, hay una realidad que es ese Caribe que hemos mostrado”.

Y a la pregunta de qué diferencia querrían marcar frente a esas imágenes gastadas del Caribe, ‘Checho’ responde que quisiera corregir ciertas cosas, como la fama de perezosos que tiene la gente de la región, y trabajar para otros públicos que, en su concepto, la televisión tiene por completo descuidados, como el infantil y el campesino.

3.4. Estrategias para dar respuesta a esa situación

Los realizadores independientes representan el 40% de los actores sociales con agenciamientos audiovisuales en la región Caribe, por lo que resulta pertinente conocer, a partir de un caso representativo, algunas de las estrategias que les permiten a estos actores llevar a cabo sus proyectos y actividades en el campo audiovisual. Para el caso de este realizador independiente, buscamos identificar las estrategias que despliega, individualmente o en compañía de su socio, para hacer posible la propuesta audiovisual. El proceso comienza, entonces, con un momento creativo de donde sale la idea del documental.

A. El proceso creativo

El realizador monteriano relata que su proceso creativo comienza en los ratos de esparcimiento y de ocio, porque “cuando se es libre y se goza de esa libertad la creación es más prolífica”. Quizá en eso se identifica con el escritor de Tolú, Héctor Rojas Herazo, cuando dice: “Mi deporte favorito es cruzar los brazos bajo la cabeza y, gozosamente, relajado sobre la cama, ponerme a descifrar los jero-glíficos que la humedad y el polvo han trazado en el cielo raso de mi cuarto”.¹⁷

Así suceden las conexiones entre una noticia que ha visto en la tele, una lectura y algún recuerdo de viaje, y entonces viene a la mente una idea para realizar, pero, ¿cómo fue, en realidad, el proceso que dio origen al personaje que vemos en la televisión?

250

El formato ‘Checho’ Berrocal comenzó a funcionar durante las entrevistas que les hacía a sus personajes o potenciales personajes, cuando se dio cuenta de que si les daba el pie de entrada adecuado podía lograr mucho con ellos. Luego de varias semanas y muchas horas de cinta ensayando diversos tipos de abordaje, él y Álex decidieron incluirlo como un personaje, ‘Checho’, que llega, se gana la confianza de la gente, les dice lo que quiere lograr, les hace un poco de dirección, y la misma gente lo desarrolla.

Álex Rendón “confiesa” que el esquema tiene un poco de NatGeo, un poco de *Cazador de cocodrilos* y otro poco de *Travel and living*. Con los ingredientes escogidos de estas series, el dúo decidió lanzar la figura del mochilero caribeño que, cámara en mano (la mano de Álex), recorre la región, en un esquema que representó una bocanada de aire fresco para el espacio de *Trópicos*.

La consigna de ‘Checho’ en rodaje es que a todo se le puede sacar partido siempre y cuando se tenga el escenario. Alguna vez fue a una comunidad indígena para grabar un documental que prometía una gran riqueza de imágenes, pero al llegar no había nada que pudiera garantizarle 48 minutos de atención del televidente. La cantadora solo sabía una estrofa de diez segundos de duración, el grupo de danzas no resultaba visual ni temáticamente atractivo, y la quebrada

que le habían prometido estaba seca, con lo cual, aparentemente, no había historia. Pero un recorrido por los alrededores y la ayuda providencial de un aguacero sacaron a relucir una cascada y la historia de un curandero. "... son cosas cotidianas a las que con experiencia y algo de conocimiento les sacas provecho, como un lugar donde antes caía una cascada y que se hace visible gracias a la lluvia, o un chamán que no sabe como curar una picadura de culebra".

Saber aprovechar los giros que constantemente se presentan en el proceso creativo, o, incluso, en la misma producción, es otra de las virtudes de este realizador.

B. La relación con los actores

La relación con los personajes de sus historias se da de manera muy simple: un buen banco de datos en su memoria, la del celular, o la del computador le da la referencia para saber a quién contactar, o a través de quiénes acceder a la persona que le interesa. Eso, y un ojo entrenado para descubrir a los personajes con talento.

Con cada grupo de trabajo se hace una reunión para preparar las escenas. Por lo general, cuando trabajan en Sucre y Córdoba basta una sola instrucción para que todos sepan lo que tienen que hacer. Cuentan con la fortuna de que la gente de estos departamentos son actores naturales. Cuando salieron de la sabana para cubrir el resto de la región Caribe se dieron cuenta de que en las otras zonas de la región las personas no tenían ese mismo talento innato para la actuación.

251

En ocasiones, el nivel educativo de estos actores ha resultado una barrera, pues el poco conocimiento del idioma les impide narrar de manera fluida sus historias. En esos casos, han tenido que tomar la decisión de reemplazar al personaje y contar el cuento a través de una puesta en escena con otra persona.

C. La gestión de los recursos

En el tono jocoso que acompaña casi toda la conversación con estos realizadores, Álex Rendón dice que para la gestión de los recursos siempre se encuentran "amigos, corporaciones o buenos samaritanos. Lo importante es que siempre hay las ganas de hacerlo y cuando uno tiene ganas siempre encuentra los recursos."

Además de las ganas, César Berrocal tiene dos cosas que no suelen ser comunes en el gremio audiovisual: el olfato para los negocios y una segunda actividad económica. Para su proyecto de 2011 sobre la fiesta del 20 de enero, pensó que sería una buena estrategia comercial ofrecerles la pauta a aquellas empresas

que no pudieron estar en la publicidad de primera línea que había en la corraleja y las tarimas: “Hubo muchos clientes que se quedaron por fuera de esa publicidad porque no podían acceder a esos costos, y me pareció atractivo ese mercado para ofrecerles mi programa...”.

En cuanto a la actividad económica alterna, que en el caso de César Berrocal es la pequeña ganadería, es algo que le otorga cierta tranquilidad para trabajar los proyectos sin las urgencias que suelen apremiar a los productores o realizadores que viven de la actividad audiovisual: “No es ese el ritmo que yo tengo, este es calmado, es el ‘formato relax’. Yo no estoy presionado por nadie, yo combino mis actividades de prensa con otros negocios, esa es la diferencia. Cuando se dan las condiciones lo hago”.

3.5. La influencia del contexto

El Caribe que les fascina a César Berrocal y a Alex Rendón es un Caribe como el de Héctor Rojas Herazo. En cualquiera de sus obras, pero en especial en los cuentos y pequeños relatos, se encuentra ese Caribe rural, montuno, al que también le han escrito autores como Jorge García Usta. Dice Rojas:

El pueblo de nuestra Costa Atlántica¹⁸ es un pueblo hechizado. Nuestro campesino vive, ama, siembra, llora en el velorio o baila en la cumbiamba empujado por un hálito misterioso. Es un hombre rodeado de transmundo por todas partes. Cuando llega la fiesta de San Bartolo, por ejemplo, se pone muy serio, muy reconcentrado, muy minucioso a fabricar crucecitas de paja para colgárselas a los niños en el pecho. El campesino no quiere que el diablo el diablo con cuernos de alcanfor y patas de azufre, el diablo que echa fuego por los ojos y por la boca y le mete el rabo a sus víctimas por las narices se lleve a sus hijitos para el monte. Por eso riega, también, agua bendita detrás de los escaparates y los baúles. Para ahuyentar al enano cabezón que hurga el sexo de las doncellas con dedos de cristal y les mete palabras grandes y duras a los oídos de los infantes cuando duermen.

Nuestro campesino ha hecho de todo esto una poética y aplastante realidad. Muchos de ellos han visto, en el centro de la noche, al espíritu Lara. [...] Y hay viejos que nos hablan del brazo palpitante que quedó entre sus manos cuando tajaron, con un limpio círculo de su machete, el ala de una bruja convertida en gallina. Estas brujas las conocen todos. No es un secreto para nadie su sabiduría en la preparación de unturas y brebajes. Tienen algo de seres vegetales estas ancianas. Lentamente, a la vista del pueblo, se van secando, se van pudriendo, se van poniendo chiquiticas y amarillas, hasta que se quedan inútiles sobre una cama de viento como si fueran raíces.¹⁹

Esos son los campesinos que el César de la vida real conoce, y que 'Checho' quiere mostrar dejándolos contar sus propias historias. Pero, ¿a partir de qué podían él y Álex recrear o construir esas historias sin caer en el acostumbrado costumbrismo?

“Mi infancia fue una película...”

La clave está en lo que ellos han visto en las pantallas a lo largo de su vida. Berrocal y Rendón tienen en común una “cultura” audiovisual sólidamente adquirida en la televisión de su infancia. Series como *Miami Vice*, *Barnaby Jones* y *Profundidad cero cinco* inspiraron los juegos de César y sus cuatro hermanos en la sala de su casa, donde simulaban un submarino con efectos de burbujas y radares. Pero el juego no era solo la escenografía, sino la trama fantástica que pudieran construir, y para eso era indispensable dominar la palabra.

Parte del entrenamiento “actoral” de 'Checho' viene de las imitaciones que hacía para los adultos de la casa y de los discursos de Jorge Eliécer Gaitán, que su padre le hacía escuchar, que él memorizaba para imitar después al caudillo, subido en una silla del comedor, donde mezclaba el discurso real con notas de su cosecha, lo que le sacaba carcajadas a su padre, un abogado monteriano que le había traído un *view master* de uno de sus viajes, y que siempre alentó el consumo audiovisual en su casa. César aún recuerda el sonido particular que hacía la maquinilla al reproducir las imágenes.

También relata César que de niño, con un grupo de amigos del barrio El Recreo, perteneció a un grupo de teatro que ensayaba con disciplina para presentar los fines de semana obras basadas en los programas de la tele: *El Chavo del Ocho*, *El Chapulín Colorado* y versiones humorísticas de clásicos como Agatha Christi, el inspector Shakespeare o King Kong. Las funciones costaban dos pesos, y se representaban en las casas de todos los amigos.

Su formación cultural (aunque habíamos preguntado por la audiovisual) es ciento por ciento norteamericana, dice sin vergüenza alguna, y comenzó con la música y luego siguió con la fotografía. Después vendría el cine, con películas como *Pulp fiction*, de Quentin Tarantino, que se convirtió en su ícono.

3.6. Interacciones o alianzas con otros sectores y con el Estado

Al llegar a este aspecto, el ritmo de la conversación y las ráfagas verbales de César Berrocal se detienen. Aparte de la relación con Telecaribe, no tiene nada que contar sobre interacciones o alianzas, como no sean las de los amigos y clientes que eventualmente apoyan sus proyectos. No participa en convocatorias, salvo las del canal regional, no le trasnochan los premios y concursos, no cree que

existan políticas públicas para el audiovisual, y no le inspiran mucha confianza los entes estatales. Su experiencia es que todo hay que conseguirlo con un esfuerzo titánico, y parte de ese esfuerzo es convencer a los posibles socios de que el producto tiene un mercado: “Toca romper el temor y abrirse el horizonte uno mismo. No he explorado el mercado internacional, pero estoy seguro de que si se asombran los espectadores que están a cien kilómetros de donde se grabó la historia seguramente se maravillarán más los que están más lejos y tienen mayor educación”.

3.7. La relación con el público

Aunque Berrocal no conserva datos del *rating* alcanzado por sus programas, se sabe que *Fandango, el encanto de la sabana*, después de seis años de salir al aire, es la serie que más piden los televidentes del canal regional. Y, paradójicamente, debido a los problemas que hace unos años presentaba la señal de Telecaribe, muy pocos televidentes de Córdoba y Sucre la vieron. De 2007 hacia acá, esas dificultades se solucionaron, y actualmente la señal llega a casi todos los lugares de la Costa. Los espectadores que lo reconocen en la calle le piden hacerse una foto con ellos, le solicitan su autógrafo, y lo felicitan por su trabajo.

Otro aspecto de la relación con el público es la retroalimentación que recibe de las comunidades que han participado en sus trabajos. En algunos casos, ‘Checho’ ha llevado copias y les ha proyectado el programa a aquellos que no lo habían visto.

254

Lo hizo con los zenúes, con los wayúu y con una comunidad de las islas del Rosario, y la respuesta de todos fue muy satisfactoria.

Los Berrocal, con quienes hice *Los acróbatas del viento*, en San Antonio de Palmito, me llaman varias veces en el año para agradecerme porque cada vez que el programa sale al aire alguien los llama y los contratan. Reinaldo Ruiz, el cuentero y decimero, me hace casi llorar porque es muy bacano [...] siempre se sienta conmigo y me dice que él no sabe cómo agradecerme porque a él lo conocían, pero no tanto como ahora.

3.8. Los factores de éxito y las dificultades

Después de conocer las claves de su proceso creativo, la selección de sus temas y la influencia del contexto, podemos resumir las razones de la acogida que tiene el trabajo de César Berrocal en los siguientes tópicos:

- a) El profundo conocimiento de la región Caribe y de las temáticas que le interesa mostrar, y la capacidad para captar nuevos ángulos y traducirlos en su estilo narrativo.
- b) La adaptación exitosa de un formato televisivo a las condiciones del entorno y de producción que impone la televisión regional en el Caribe colombiano.
- c) El aprovechamiento de las condiciones naturales de los pobladores de la región para incorporarlos como actores mediante un trabajo de selección, de preparación y de dirección.
- d) El lenguaje claro y directo de sus parlamentos y de las reflexiones en *off* que comparte con el público mientras lo lleva de la mano por una región donde realidad y ficción se entrelazan y confunden.
- e) El carisma para acercarse a la gente y ganar su confianza.
- f) Su capacidad de gestión para procurarse los recursos de producción.

Las dificultades

El mayor problema que encuentran Berrocal y Rendón en su trabajo audiovisual es el de la brecha tecnológica y los costos de producción, pues, según explican, el canal regional les permite trabajar con unos equipos de definición estándar (SD) que se ajustan al presupuesto, pero los canales internacionales exigen producciones en alta definición (HD) que, por supuesto, necesita equipos más costosos. Superar la calidad del canal regional para dar el salto al HD les implicaría asumir unos costos de renovación de equipos que todavía no están a su alcance.

Otra de las dificultades que señala César es que, dado que los derechos de sus programas pertenecen a Telecaribe, ellos no tienen la potestad de mostrarlos o venderlos fuera de la región o del país, y el canal tampoco tiene una política agresiva de venta y circulación de los productos: “Yo no tengo problema con eso, pero a veces lo cogen a uno fuera de base [...] a mí me llamaron por primera vez hace un mes para informarme que iban a mandar el documental a un concurso. Hace un mes fue la primera vez...”.

Otro tema que afecta el desarrollo de los proyectos audiovisuales, que no es exclusivo de César Berrocal, es el de la seguridad. Para prevenirlo, este realizador solo ingresa en áreas donde tenga conocidos. Zonas como el sur de Sucre y en este momento casi todo el departamento de Córdoba están vedados para la producción: “... ahora la cosa está peor todavía con esto de las bandas criminales porque no se sabe quién es quién”, dice Berrocal, quien no deja de recalcar que algunos de sus programas tienen una clara intención de denuncia, pero él ha aprendido a hacerlo de una forma sutil.”

Esos problemas de seguridad que le impiden entrar en algunas zonas de la región tienen varios programas en lista espera desde hace mucho tiempo. Uno de ellos es el del campesino de los Montes de María, del que quiere saber cómo es ahora, si está “guardadito en el tiempo o ya habrá entrado en la onda de la Internet”:

Estoy hablando del de adentro, no del campesino de las cabeceras municipales, sino el de las comunidades internas; un campesino más sincero, más sabroso, más puro. Ese es el campesino bacano, el que tiene la tradición oral intacta, el que no sido ha tocado por el reguetón. Lo mismo en el sur de Bolívar, en Córdoba, en el sur de Sucre, allí hay gente que está pura. Eso es lo máximo, es lo más lindo que hay en la Tierra, y eso es mágico si uno lo encuentra.

■ 4. Análisis del caso

En ese deseo de re-conocer y mostrar a un campesino puro, en su intención de denunciar la depredación de los bosques del Caribe a manos de la recolonización paisa, en su fascinación por la cultura sabanera y en su preocupación por la pérdida de valores y costumbres que apenas conocemos, se reconocen los motivos de este realizador independiente que hace del audiovisual su medio de expresión para contribuir, desde allí, al desarrollo de la región.

256

Es un realizador que resiente el hecho de no poder entrar con su cámara a cualquier rincón del Caribe porque sabe que la violencia acecha en muchos parajes; que quisiera que hubiera un aeropuerto en Sucre, y que se angustia al ver cómo los cordobeses son, cada vez más, extraños en su propia tierra porque la han vendido. Es decir, que también es un ciudadano consciente de las realidades que lo rodean y sabe que el papel que le toca jugar en ese entorno es el de un profesional comprometido, que no quiere limitarse a hacer más de lo mismo.

Su formación audiovisual le permitió tomar una distancia crítica frente a la televisión que veía hacer en la región, y decidió entonces plantear una alternativa para narrar esa región que creció con él y que en ese crecimiento ha perdido la inocencia.

¿Cuáles son sus sueños y expectativas en su trabajo audiovisual? Considera que su trabajo es, en buena medida, aceptado por los televidentes, y le gustaría poder trabajar de manera más continua, pues hay mucho por mostrar aún, pero cree que ello requiere del apoyo gubernamental porque la comercialización en los canales regionales es muy limitada, sobre todo para el género documental.

Siempre ha pensado en crear una razón social con Álex Rendón para gestionar más fácilmente recursos y adquirir nueva tecnología de producción y posproducción, pero ninguno de los dos ha tenido el tiempo y la disciplina para encarar

el papeleo de la constitución legal. Aun así, seguirán trabajando en los proyectos propios y en los comunes, como *Puño, gloria y esperanza*, el documental sobre boxeo que Álex acaba de terminar, con producción de 'Checho'.

Hemos visto cómo, en el caso de 'Checho', el consumo cultural y una formación audiovisual específica han sido determinantes para la creación de un estilo y de una agenda de producción que está siempre en busca de nuevas historias que mostrarle a una región que las produce, pero que no siempre las ve.

■ Notas

- 1 Gobernación de Córdoba. Disponible en <http://www.cordoba.gov.co/>. Consulta: 4 de enero de 2010.
- 2 Tomado de la página oficial de BHP Billiton, propietaria de la mina de Cerro Matoso y del 33% de El Cerrejón: <http://www.bhpbilliton.com/bb/ourBusinesses/stainlessSteelMaterials/cerroMatosoSa.jsp>. Consulta: 17 de abril de 2011. Véase también: <http://www.lasillavacia.com/historia/negociacion-de-cerro-matoso-arranca-el-primer-vagon-de-la-locomotora-minera-21170>.
- 3 Alfredo Anaya Nárvaez. *Información sociodemográfica*. Disponible en <http://www.cordoba.gov.co/>. Consulta: 4 de enero de 2011.
- 4 Icer. (2009), *Informe de coyuntura económica regional*. Bogotá: Banco de la República.
- 5 Para el año 2007. Sistema de Indicadores de la Región Caribe Colombiana. Observatorio del Caribe Colombiano. Disponible en <http://www.ocaribe.org/sic/sid.php>. Consulta: abril de 2011.
- 6 *Programa Presidencial de Derechos Humanos*. Córdoba. Disponible en http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/humanas/2004945/docs_curso/descargas/3ra%20sesion/Complementaria/separatacordoba.pdf. Consulta: 4 de enero de 2011.
- 7 Ídem.
- 8 Documento de COHDES. Unicef. |Disponible en www.unicef.org.
- 9 CNRR. Disponible en www.cnrr.org.co. Consulta: 24 de abril de 2011.
- 10 Gobernación de Córdoba. Rendición de cuentas 2010. Cultura. Disponible en <http://www.cordoba.gov.co/>. Consulta: 5 de enero de 2011.
- 11 CNRR. Disponible en www.cnrr.org.co. Consulta: 24 de abril de 2011.
- 12 Ídem.
- 13 Gustavo Duncan. (2005). *Del campo a la ciudad en Colombia: la infiltración urbana de los señores de la guerra*. CEDE Universidad de los Andes. Disponible en www.wconomia.uniandes.edu.co.
- 14 Disponible en la página web www.nuevoarcoiris.org.co. Consulta: 23 de abril de 2011.

15 *Chácara* es una palabra de origen quechua que significa bolsa, que suele usarse en la región caribe colombiana para referirse a los testículos.

15 El concepto se debe al sociólogo Orlando Fals Borda, quien lo acuñó en 1979 en sus trabajos sobre la cultura de la Depresión Momposina.

17 Héctor Rojas Herazo. (1994). Carnet de un escritor. En *Visitas al patio de Celia. Crítica a la obra de Héctor Rojas Herazo*. Jorge García Usta (compilador). Medellín.

18 Es necesario tener en cuenta que cuando Rojas Herazo escribió este texto, en 1954, no se había hecho la revisión histórica y geográfica que ha permitido reemplazar la denominación Costa Atlántica por la de Región Caribe.

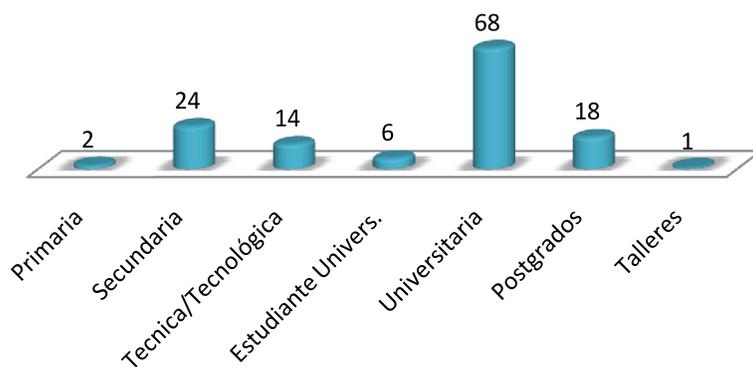
19 Héctor Rojas Herazo. (1954, 22 de agosto). Ese pueblo de los tambores. *El Tiempo, Suplemento Literario*, Bogotá.

Anexos al capítulo 3



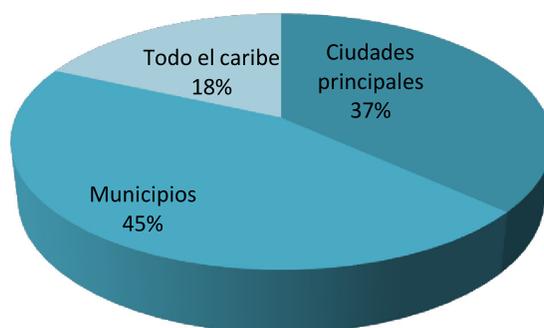
■ Anexos al capítulo 3

Nivel de formación de los equipos de trabajo de las organizaciones



260

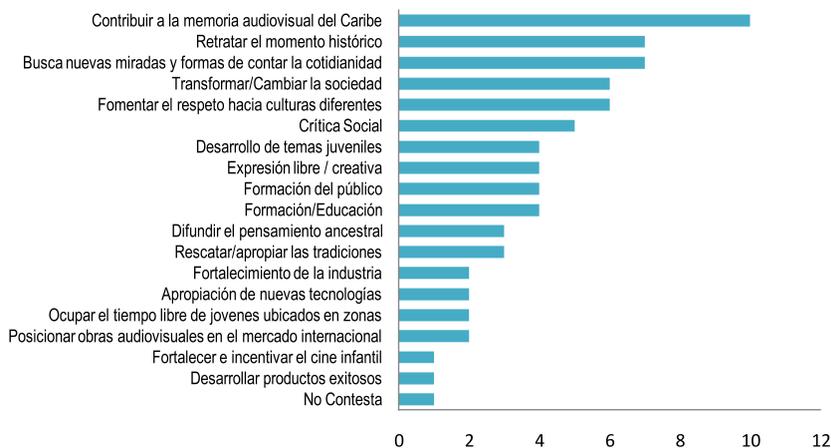
Lugar de realización de los proyectos audiovisuales



Dificultades para la producción audiovisual



Motivaciones para el trabajo audiovisual



Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano

■ Anexos fotográfico a los estudios de caso

I. Colectivo Zhigoneshi



Roberto Rafael Mojica, camarógrafo del Colectivo Zhigoneshi en su equipo de edición.

262



Amado Villafaña, director del Colectivo, durante la mesa de trabajo sobre política pública en Barranquilla.

2. Colectivo de Comunicaciones Montes de María



Niños de la Escuela de Narradores y Narradoras de la Memoria de San Jacinto (Bolívar) durante la grabación de “Nuestra vida transcurre en colores”.



El galardón Cinta de sueños, creado por el Colectivo para premiar los mejores documentales del 'Festival Audiovisual de los Montes de María 2010. Versiones de la memoria', e instituido por los próximos festivales.

Mapas exploratorios de los usos del audiovisual en el Caribe colombiano

3. Funsarep



264

Mujeres del barrio Santa Rita elaborando un mural.



El mural terminado.

4. Henrietta's Group



Julián Hermida le da instrucciones a uno de los grupos participantes en *72 Horas de encarrete isleño*.

265



Aspectos de una grabación del concurso de cortos en 2010.

5. Fundación Cine a la Calle



Jorge Ferreira (en el computador) y Harold Ospina, hablando por celular, durante la organización del Festival Cine a la Calle en 2011

266



Una de las actividades académicas organizadas por el festival en su versión del 2010.

6. César Berrocal



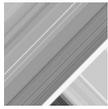
César Berrocal y Alex Rendón durante una grabación en la plaza de Sincelejo en noviembre de 2010.

267



Capítulo 4
**Conclusiones y
recomendaciones**





■ 1. Conclusiones

Al finalizar este recorrido de quince meses por la región Caribe, en los que observamos la forma **cómo los grupos sociales están usando el audiovisual**, tenemos una mezcla de asombro, entusiasmo y preocupación. Asombro por la cantidad y diversidad de experiencias observadas: 166 obras en un periodo de seis años, 148 personas naturales y jurídicas registradas en la base de datos, 97 encuestadas, 28 conocidas de cerca y seis a la distancia de un *close-up*. Mapear estos puntos de acción audiovisual en el territorio caribeño fue también un ejercicio estimulante por los valores humanos y la utilidad social que se encuentra en los trabajos observados; y preocupante por la cantidad de obstáculos que estas experiencias deben sortear para culminar con éxito sus proyectos y agenciamientos sociales desde el audiovisual.

269

Acabamos de conocer en detalle seis experiencias que han sido exitosas en sus procesos de apropiación y uso del lenguaje audiovisual, y es ineludible tratar de extraer lecciones que puedan ser útiles para el inicio o consolidación del quehacer audiovisual de otras organizaciones o iniciativas de la sociedad civil en la región Caribe. Los factores de éxito que podemos identificar como comunes a la mayoría de las experiencias se pueden resumir así:

- Una filosofía que le da claridad a los objetivos y acciones.
- Una metodología creativa que estimula la participación.
- Una capacidad de lectura y adaptación a las condiciones del contexto.
- Habilidad para establecer alianzas.
- Capacidad de compromiso en el equipo de trabajo.

Sobre las dificultades o limitaciones que frenan el desarrollo de la experiencia hay consenso en los casos estudiados en el sentido de que el mayor obstáculo

Conclusiones y recomendaciones

es la falta de recursos y de políticas que contribuyan a la sostenibilidad de la organización o del proyecto audiovisual en particular. También se mencionan dificultades de orden organizativo, que indican la necesidad de trabajar más en el tema del fortalecimiento institucional de las organizaciones, y, finalmente, uno de los casos mencionó la brecha tecnológica que separa a la mayoría de las experiencias de las posibilidades de circulación en circuitos nacionales o internacionales, lo que limita el impacto de los productos.

Entre los retos que nos planteó el estudio, debemos mencionar los de orden metodológico, en tanto no contábamos con modelos o instrumentos previamente probados para hacer una cartografía y un estudio intensivo del campo audiovisual como los que estábamos abocados a hacer; e, incluso, los de orden ético, cuando nos encontramos con grandes amistades y viejos conocidos entre los casos de estudio.

Esta investigación arroja un mapeo de los usos y prácticas audiovisuales que agencia la sociedad civil del Caribe colombiano, y cuenta con los elementos iniciales para un diagnóstico de dichas prácticas entre tres tipos de actores: organizaciones sociales de base, colectivos audiovisuales y realizadores independientes. Sobre el quehacer de instituciones especializadas como Telecaribe, la Cinemateca del Caribe y centros de producción audiovisual universitarios, quedaría por hacerse un estudio más detenido, puesto que esta investigación se ocupó solo de incluir algunas de sus piezas y actividades puntuales en el inventario.

270

Si retomamos la pregunta de partida sobre cómo los diferentes actores sociales de la región Caribe entienden y se apropian del lenguaje audiovisual para narrar sus realidades, cuestionarlas y proponer discursos alternos, podemos responder, en primera instancia, que el panorama de hoy es el de un conjunto de organizaciones que, en su mayoría, no tiene todavía un proceso avanzado de apropiación de este lenguaje, y que sus posibilidades para crear y comunicar contenidos propios son todavía limitadas por diferentes factores que vimos a lo largo del estudio. En lo que hace a los realizadores independientes, que constituyen un 40% de la muestra, se hacen evidentes su conocimiento del sector audiovisual y su esfuerzo por consolidar sus búsquedas expresivas, pero hay que anotar también la ausencia de iniciativas de agremiación y de procesos de emprendimiento empresarial que den respuesta a sus necesidades de actualización tecnológica, de capacitación y de comercialización de productos.

En materia de circulación y formación de públicos, la región Caribe muestra un panorama en permanente movimiento, con diversidad de muestras, festivales y eventos de capacitación de alcance y magnitud también diversa en el que sobresalen iniciativas de asociación y articulación como la Red Caribe Audiovisual.

Como era previsible, la dinámica de producción y circulación originada en los colectivos audiovisuales y realizadores independientes supera la dinámica de

las organizaciones sociales, lo cual se explica por la formación específica que aquellos presentan, y por tener la producción y circulación audiovisual como su principal actividad.

1.1. Algunos resultados claves

A través de las entrevistas y consultas con 148 experiencias en ocho departamentos se logró establecer, en lo que toca a las organizaciones sociales, que para la mayoría de ellas el trabajo audiovisual, y, aun, el trabajo de comunicación, no son unas de las áreas de trabajo principales. A pesar de ello, parece haberse dado en los últimos años una redefinición de las estrategias comunicativas para lograr un mayor impacto en las comunidades, y esto ha generado un proceso de apropiación tecnológica y de aprendizaje sobre la marcha, con algunos resultados notables.

Sin disponer de una referencia sobre períodos de producción anteriores es difícil establecer el nivel de avance de la actividad audiovisual en la región, pero, al menos, en los últimos seis años se ha iniciado un proceso de crecimiento cualitativo y cuantitativo, con diversos actores y escenarios que comienzan a relacionarse y a establecer sinergias con otros sectores de la sociedad, como vemos en Cartagena en procesos como el de Funsarep y la Universidad Jorge Tadeo Lozano, o el Festival de Cine de Cartagena y Comfenalco.

Podemos dar cuenta también de unas experiencias que se constituyen en referentes nacionales por el grado de comprensión de la importancia política, social y cultural que tiene lo audiovisual en la representación y transformación de las condiciones de vida, como es el caso del Colectivo de Comunicaciones Montes de María, del Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi, de la Organización Gona-windúa Tayrona, de Funsarep y de instituciones como el Museo del Caribe.

Entre las obras finalizadas y en proceso vemos interesantes aportes a la inclusión social, a la afirmación, a la redefinición de la identidad y a la creación de nuevos imaginarios, incluso con una perspectiva política que, podríamos decir, está en estrecha relación con el discurso de autonomía regional que maneja gran parte de las organizaciones sociales e instituciones políticas de la región Caribe. La identificación de tres piezas audiovisuales de la Red de Mujeres del Caribe (dos documentales de 24 minutos y uno de cinco) sobre la participación de las mujeres en el proceso de regionalización, por citar solo el ejemplo más destacado, revela, en primer lugar, que no es un hecho aislado del proceso regional de búsqueda de autonomía que ha cobrado auge en el último lustro, y, en segundo, confirma la eficacia que este actor del movimiento social le reconoce al medio audiovisual como vehículo para dar a conocer sus posiciones políticas.

Pareciera que estos agenciamientos sociales del audiovisual, traducidos en dinámicas de consumo y de uso intencional de este lenguaje, quisieran superar el carácter táctico de que hablaba De Certeau (1996)¹ para volverse más estratégicos.

Sabemos, por otra parte, que sectores cada vez más amplios de la sociedad buscan —y en algunos casos generan— contenidos que le hagan contrapeso a la avalancha de mensajes estandarizados que llega desde los grandes medios, y los resultados de esta indagación indican que en este momento numerosos grupos sociales luchan desde sus localidades por conquistar unos espacios narrativos propios que, según lo observado, inciden desde ya en un proceso de diferenciación cultural desde lo audiovisual. Es decir, las imágenes hegemónicas que transmiten los noticieros de televisión y los programas de farándula, política y fútbol no pueden acaparar las posibles lecturas de la realidad, y necesariamente se encuentran particularidades y necesidades locales con unas lecturas y unas narrativas desde abajo y, si se quiere, oblicuas.

En relación con los contenidos que los diferentes sectores de la sociedad civil están generando y transmitiendo con su trabajo audiovisual, se puede decir que lo cultural sigue siendo lo más narrado. Si vamos, de nuevo, al segundo nivel de detalle de información —las 28 encuestas tabuladas— comprobamos que el 23% de las experiencias declara un interés predominante por los temas relacionados con el arte, la cultura y diversos tipos de expresiones artísticas, y vemos también que problemáticas como la drogadicción, la violencia barrial, los derechos humanos y la memoria colectiva aparecen entre los diez temas más frecuentes.

272

Las fichas de información que la investigación hizo circular para identificar trabajos audiovisuales, como un primer nivel de información, y, en general, el conjunto de los datos recolectados en encuestas, entrevistas y mesas de trabajo, deja también inquietantes preguntas acerca de la disponibilidad de recursos financieros, técnicos y de formación de los entes públicos para responder a las demandas de la sociedad civil en su creciente interés por la actividad audiovisual.

La respuesta que recibimos de las experiencias seleccionadas a la pregunta sobre las dificultades que encuentran para el trabajo audiovisual es, por absoluta mayoría, la de la falta de recursos para producción, para la sostenibilidad de los grupos y, en general, para el desarrollo de los proyectos. La muestra de 28 experiencias destacadas nos da un indicador de las fuentes de recursos más utilizadas para el desarrollo de la actividad audiovisual. Estas son, en primer lugar, las convocatorias o concursos; en segundo, los recursos propios; y, en tercero, los patrocinios estatales o privados.

En cuanto a la ubicación geográfica de estas experiencias, la evidencia indica que persiste en este campo la concentración en las tres ciudades principales del

litoral Caribe: Barranquilla, Cartagena y Santa Marta, como sede de las organizaciones, colectivos y realizadores, pero, si se mira el lugar de realización de los proyectos audiovisuales que reportan los 28 casos exitosos, se observa que el mayor porcentaje corresponde a los municipios y no a las ciudades principales.

Si bien la investigación no se detuvo a analizar el rol de la formación universitaria en el proceso de apropiación audiovisual de los actores sociales, tarea que sería interesante abordar a futuro, puede destacarse el hecho de que el 51% del personal de las organizaciones sociales con actividad audiovisual tiene formación universitaria en diversos campos, el 18% secundaria completa, el 14% posgrado, y el 11% formación tecnológica. El porcentaje de 2% de personas con primaria que registra la data corresponde a organizaciones étnicas que tienen personal con ese nivel de formación.

1.2. El aspecto patrimonial

Es importante insertar en estas preocupaciones el tema del patrimonio audiovisual del Caribe colombiano, no del producido en el siglo pasado, sino del que se está formando hoy y merece ser preservado. ¿Cuántos archivos audiovisuales hay en la región y cuántos se necesitan? ¿Quién ha asumido la tarea de ubicar, catalogar y preservar los testimonios de las víctimas y victimarios de la violencia, o los documentales realizados por los campesinos de Montes de María y por las comunidades indígenas, o aquellos que dan cuenta de los nuevos fenómenos juveniles, del drama del desplazamiento, de la discriminación o de la inseguridad en nuestras ciudades?

273

La Cinemateca del Caribe es una institución relativamente joven (1986) que, a pesar de haberse visto afectada por severas crisis financieras, desarrolla una labor de conservación, y, junto a Telecaribe, mantiene un archivo y un centro de documentación audiovisual que garantiza la preservación física de una parte del archivo regional. Sin embargo, no tiene la capacidad institucional y operativa para cubrir toda la región. Por otra parte, ¿qué debe y qué no debe conservarse? ¿Cuáles son actualmente los parámetros que definen esta función? ¿Qué fuentes de recursos se han previsto para el trabajo de identificación, catalogación y preservación?

En lo que hace a la circulación y apropiación del patrimonio audiovisual, sabemos de una gran cantidad de producciones que no han sido proyectadas fuera de su entorno inmediato, y algunas ni siquiera en ese entorno. Un solo ejemplo es el documental *Mujeres que hacen historia*, sobre el papel de las mujeres kankuamas en el proceso de recuperación cultural y territorial de esa comunidad de la Sierra Nevada de Santa Marta, que, terminado de editar en noviembre de 2009, nueve meses después no había sido emitido en el territorio kankuamo por los problemas que atravesaba el canal. También deben ser conocidos los relatos

audiovisuales de las Escuelas de Narradores y Narradoras de la Memoria de los Montes de María y de la serranía del Perijá, los cuales, por su valor testimonial y calidad técnica y narrativa, han entrado a formar parte de la primera colección audiovisual del Caribe, que esta investigación produjo conjuntamente con un grupo de entidades educativas y culturales de la región.

1.3. Tendencias y aportes

Lo que nos muestran los cuadros y gráficas generadas con la información recolectada es apenas una fotografía de la situación actual, que, sin embargo, nos permite identificar unas tendencias e iniciar el análisis. En la última etapa de la investigación pudimos establecer con mayor precisión las analogías y diferencias, las lecciones y las propuestas de política pública que ayudarán a enriquecer el Plan Audiovisual Nacional.

Pensamos que el fenómeno de apropiación audiovisual que vemos en estas experiencias resultará más interesante en la medida en que lo juzguemos como un proceso cultural complejo y no como un conjunto de casos aislados. Desde este punto de vista, estamos seguros de que los resultados de esta investigación, entendidos como fundamento en el diseño de políticas públicas culturales en la región, serán más productivos.

274

Consideramos que un aporte significativo del proyecto es la realización de la 'Mochila audiovisual del Caribe', compilación didáctica que contiene una selección de los mejores documentales y cortos producidos desde la sociedad civil en los últimos seis años. Esta mochila, que tendrá que renovarse periódicamente con nuevas producciones, ofrece material para una programación de documentales y argumentales que incluye obras inéditas, además de los trabajos más reconocidos en la región en los años recientes. Será labor del Observatorio Audiovisual del Caribe coordinar un plan de itinerancia que multiplique la circulación de esas imágenes y la acompañe de procesos de reflexión y retroalimentación con las comunidades ahí representadas.

Otro importante recurso producido por la investigación es la base de datos de la actividad audiovisual de la región, producto y, al tiempo, insumo del Observatorio Audiovisual del Caribe, que se encuentra disponible en línea en la página web del Observatorio del Caribe Colombiano, y ofrece búsquedas por año, departamento, título, autor, género y temática, entre otras, y permite el diligenciamiento en línea y envío de la ficha básica de información para el ingreso de productos y actividades audiovisuales en cualquier momento y desde cualquier lugar, con lo cual la actualización de la herramienta dependerá en buena parte de los propios actores sociales de la región.

■ 2. Recomendaciones de política

Para abordar la discusión sobre las políticas culturales para el audiovisual, partimos de la categoría de 'Políticas públicas culturales', entendiendo que los conceptos de política como acción pública y de política cultural tienen varios usos y, por tanto, no se restringen a las decisiones y acciones del Estado sobre la cultura.

El Ministerio de Cultura ha propuesto que "Las políticas culturales son las grandes definiciones que asume el país para orientar los procesos y acciones en el campo cultural, mediante la concertación y la activa participación del Estado, las entidades privadas, las organizaciones de la sociedad civil y los grupos comunitarios, para de esta manera responder con creatividad a los requerimientos culturales de la sociedad". (2010, p. 32).²

Como complemento de este postulado, encontramos que la Unesco incorpora en su definición de política cultural el papel de las industrias culturales en la creación de condiciones propicias para la producción de bienes culturales: "Las políticas culturales son las llamadas a garantizar la libre circulación de las ideas y las obras, al crear condiciones propicias para la producción y difusión de bienes y servicios culturales diversificados, gracias a industrias culturales que dispongan de medios para desarrollarse en los planos local y mundial".³

Por último, rescatamos la idea de Toby Miller (1998) sobre las políticas culturales como "procesos organizativos que canalizan tanto la creatividad estética como los modos de vida colectivos".⁴

275

Los resultados que presentamos en este aparte son precisamente el fruto de un ejercicio de diálogo y concertación de propuestas entre el Estado y la sociedad civil del Caribe colombiano, para aproximar por primera vez en la región unos lineamientos de política pública que respondan a las realidades y necesidades regionales, que atiendan a las condiciones que presenta la industria audiovisual en el momento actual y que representen un estímulo a la creatividad dentro de los modos de vida que caracterizan a los habitantes de esta región.

Reconocemos que en torno a los procesos culturales entran "a jugar varios agentes y fuerzas de poder, así como tensiones que hacen que el estudio y planteamiento de políticas culturales demanden instrumentos de análisis amplios no solo desde las dimensiones económicas y sociales"⁵ macro, sino también desde dimensiones culturales, de reflexión y participación, y desde contextos comunitarios y grupales diversos.

Para terminar, tengamos en cuenta que en América Latina la brecha digital plantea un reto a los gobiernos y "agrava el tema en relación a la disponibilidad de equipos, conexiones, pedagogías, formación, seguimiento y gestión, todos estos aspectos plasmados en políticas culturales de alfabetización" (Trejos, 2006,

p. 503). En esta trama de posibilidades y de dificultades de usos y de accesos que ofrecen hoy las relaciones entre las tecnicidades y las socialidades, urgen entonces políticas estatales que promuevan el acceso y la alfabetización tecnológica y comunicacional de los distintos grupos sociales, para que estos últimos puedan afrontar las urgencias de la sociedad mediatizada.

2.1. Hacia una política audiovisual para el Caribe colombiano

Las recomendaciones que presentamos a continuación son producto de dos mesas de trabajo sobre política pública audiovisual para el Caribe realizadas en el marco de la investigación en Santa Marta, en septiembre de 2010, y en Barranquilla, en febrero de 2011. A la primera reunión fueron invitadas todas las secretarías u oficinas de cultura de los departamentos, municipios y distritos de la región, así como profesores y directivos del Programa de Cine y Audiovisuales de la Universidad del Magdalena, donde se realizó la mesa; el gerente de Telecaribe, representantes de las experiencias seleccionadas para estudio de caso, la directora de la Cinemateca del Caribe, la Universidad Jorge Tadeo Lozano, la Universidad de Cartagena y el Parque Cultural del Caribe. Casi todas las entidades académicas, organizaciones sociales e instituciones culturales asistieron, pero entre los entes territoriales de cultura solo participaron la secretaria de Cultura, Patrimonio y Turismo de Barranquilla, Diana Acosta, y su asesora, Cecilia Gil, y el responsable de la Oficina de Cultura del Cesar, Ricardo Lobo. Esto reforzó la impresión de muchos participantes de que falta interés en la administración pública en el tema audiovisual.

276

El Co-director del Laboratorio Iberoamericano de Investigación e Innovación en Cultura y Desarrollo, L+Id de la Universidad Tecnológica de Bolívar, Alberto Abello Vives, abrió la mesa de trabajo de Santa Marta con una disertación titulada "Cultura y desarrollo: un marco conceptual para una política pública audiovisual nacional", en la que demostró cómo la cultura se constituye en un recurso para el desarrollo económico y social del país en la medida en que fortalece valores democráticos y genera capital y desarrollo social. Así mismo, ilustró sobre el concepto de "libertad cultural y desarrollo humano" mostrando cómo la cultura puede ser un fin del desarrollo, un escenario del desarrollo y un recurso para el desarrollo.

Abello recalcó, igualmente, el papel que puede jugar el audiovisual en la construcción o destrucción de identidades, advirtió sobre los riesgos de los estereotipos en los contenidos que estamos generando sobre el Caribe colombiano, e hizo un llamado a los realizadores, formuladores de política e investigadores para que profundicen en las posibilidades creativas y productivas de este sector de la cultura.

Carlos Díaz Acevedo, director de Funsarep, señaló que la mesa de Santa Marta les había hecho reflexionar sobre su trabajo audiovisual de cara a la Región Caribe: “Tenemos un trabajo de varios años como organización social en educación popular y comunicación. Hacemos nuestro trabajo desde el escenario del barrio Santa Rita pero sin vincularlo aún al ámbito más amplio de Cartagena, y esta mesa nos permitió encauzarnos hacia esa reflexión. Un segundo elemento fue el de la consulta Caribe, que siempre habíamos visto como un tema político y económico, pero la mesa nos permitió ver que también concierne al ámbito de la cultura.”

A la mesa de trabajo de Barranquilla fueron convocadas universidades de Barranquilla, Cartagena y Montería con programas de Comunicación Social o Producción Audiovisual, cineclubes, festivales y muestras de la región y productores y colectivos audiovisuales. A excepción de la Universidad del Norte, de Barranquilla, la academia fue la gran ausente en este encuentro.

Germán Rey, director del Centro Ático de la Universidad Javeriana de Bogotá, autor del compendio de políticas públicas culturales de Colombia y experto en temas de comunicación, sostuvo una charla con los asistentes acerca de la necesidad cada vez más urgente de replantear las industrias de la creación y las políticas nacionales, de manera general en el área cultural y, específicamente, en lo concerniente al tema audiovisual. Rey subrayó la importancia de generar políticas culturales que no sean impuestas verticalmente, sino que, por el contrario, sean ascendentes desde las organizaciones, colectivos y todos los actores involucrados en el área audiovisual. El ideal, dijo, es que estas políticas sean creadas bajo el precepto de la conversación y no del orden.

Las recomendaciones emanadas de las dos mesas fueron integradas en un solo documento, que resume y organiza las propuestas de acuerdo con cinco categorías de trabajo:

- Producción audiovisual
- Formación para la creación audiovisual
- Circulación de contenidos y formación de públicos
- Organización y sostenibilidad
- Patrimonio e investigación

Para cada una de estas categorías se analizó el contexto, los procesos, los actores y los contenidos de política, pero en estas memorias consignamos solamente algunas notas sobre el contexto y las recomendaciones o propuestas. Muchas de estas pertenecen claramente al ámbito de las políticas públicas, mientras que otras, como se verá, apuntan más hacia la definición de acciones de gestión

tanto por parte de los entes públicos responsables de las políticas como de los sectores sociales y organizaciones involucradas en el tema.

2.1.1. Producción audiovisual

El contexto

La mayor actividad audiovisual se concentra en Barranquilla y Cartagena, donde hay una creciente formalización de casas productoras y de colectivos audiovisuales. Se considera necesario descentralizar los centros de producción y tener acceso a un directorio de contactos con información detallada de las empresas y los servicios que ofrecen.

El contexto es deficiente en materia de tecnología y capacidad instalada. Incluso, en las principales ciudades se carece de una oferta integral de servicios audiovisuales que incluyan todos los aspectos de la óptica y el sonido.

Existe la necesidad de consolidar una identidad y un pensamiento propios, lo cual encierra un enfoque de política que garantice a las comunidades indígenas el acceso a los espacios y recursos para la producción audiovisual, acorde a su cosmovisión. Debe existir, igualmente, un compromiso por parte de todos los realizadores para retribuir, socializar y devolver la información y los productos a las comunidades.

Recomendaciones de política

- Creación de un fondo regional de emprendimiento cofinanciado por alcaldías y gobernaciones para promover la producción de proyectos de ficción y documental, y provisión de un fondo para la preservación de la memoria audiovisual.
- Capacitación a los productores caribeños sobre cómo operan los estímulos tributarios a la producción, y posicionar las políticas de estímulos a través de las exenciones tributarias que da la Ley del Cine.
- Creación de la Comisión Fílmica del Caribe colombiano, para ofrecer asesoría e información a los interesados en producir proyectos audiovisuales en la región.
- Adelantar contactos y convenios con países del gran Caribe y con entidades e instituciones en otras regiones del mundo.
- Aumentar las convocatorias para becas, premios y estímulos a la producción en el Caribe colombiano, abrir nuevas modalidades para el desarrollo

y promoción de proyectos como ópera prima (para largometraje de ficción) y replantear las existentes.

- Crear espacios de gestión y promoción de los proyectos (mesas de negocios, mercados y encuentros).
- Tender una mirada hacia los canales comunitarios y negocios de TV cable, en especial a sus contenidos, y las posibilidades de intercambio de material.
- Incrementar los estímulos a la producción independiente, y diseñar otros que fortalezcan la organización social y los procesos culturales más que los eventos.
- Generar mecanismos que posibiliten la dotación de centros de producción y estrategias de circulación de contenidos a nivel local.

2.1.2. Formación para la creación audiovisual

El contexto

Existen limitaciones en la formación audiovisual que ofrece la región, y los participantes en la mesa de trabajo se preguntan si es realista la formación audiovisual frente al actual mercado de trabajo.

Otra falencia es que no existe formación en el área de producción digital, sin embargo, muchas oportunidades de formación en campos específicos no son lo suficientemente aprovechadas.

Hay que repensar el alcance de las facultades en materia audiovisual, ya que no puede seguirse viendo simplemente como un apéndice de la comunicación social. Igualmente, es necesario pensar la formación en posgrado globalmente y con elementos diferenciadores.

Recomendaciones de política

- Generar vínculos entre los procesos de formación y las dinámicas de la industria cultural, así como conexiones con el canal nacional universitario.
- Abrir espacios de interacción entre movimientos sociales, academia y medios de comunicación, por lo que se recomienda fortalecer las articulaciones entre estos actores sociales.
- Replicar a nivel regional, y de manera permanente, programas audiovisuales de buen desempeño en lo nacional, como *Imaginando Nuestra Imagen* (INI).

Conclusiones y recomendaciones

- Se propone un intercambio de procesos pedagógicos entre la academia y los colectivos de base social con actividad de formación audiovisual, considerando la posible creación de una 'Cátedra audiovisual escolar' como parte de la política educativa y cultural de la Nación.

2.1.3. Circulación de contenidos y formación de públicos

El contexto

La oferta cinematográfica de la región sigue siendo muy deficiente tanto en Barranquilla como en el resto de ciudades del Caribe, pero existen iniciativas, como la Red Caribe Audiovisual, que favorecen la circulación de contenidos audiovisuales de calidad.

Otra de las realidades que expresaron los participantes es que existe una interacción, aunque generalmente esporádica, con planteles educativos en el tema de circulación de contenidos y de formación de públicos. La poca frecuencia radica, justamente, en la limitación de recursos para generar continuidad en los procesos y actividades permanentes.

Recomendaciones de política

280

- Articular el sistema educativo regional con la dinámica de formación de públicos.
- Establecer estrategias y alianzas para la adquisición, archivo y circulación de contenidos audiovisuales por todo el Caribe colombiano, y que sea la Red Caribe Audiovisual, de la Cinemateca del Caribe, la gestora y administradora de esos contenidos.
- Crear programas o actividades de capacitación especializada dirigida a la formación de espectadores.
- Integrar a las secretarías de cultura de la región para que ofrezcan estímulos automáticos a los escenarios de exhibición.

Como acciones a corto plazo se propone realizar en encuentro de socialización de experiencias entre las muestras, festivales, eventos académicos y procesos sociales del sector audiovisual en la región.

2.1.4. Organización y sostenibilidad

El contexto

El Caribe colombiano carece de políticas, estímulos y mecanismos que favorezcan el quehacer audiovisual a una escala sostenible, y adolece, asimismo, de programas de formación técnica en áreas como edición, sonido, iluminación, escenografía y otros oficios técnicos.

En el campo de la comercialización se requiere capacitación y un esfuerzo en investigación para construir bases de datos, directorios, estudios de mercado y esquemas de negocios.

No parece valorarse el hecho de estar en la región cuando se contrata con firmas o personas del interior del país la ejecución de proyectos que podrían tener un impacto importante sobre la actividad audiovisual del Caribe.

Recomendaciones de política

- Recomendar que los programas de fomento a microempresas y pymes de la región tengan en cuenta las particularidades del sector audiovisual en cuanto a crédito, tecnologías y mercados.
- Diseñar una política para la apropiación y uso de las nuevas 'Tecnologías de información y comunicaciones TIC', explorando encadenamientos tecnológicos y productivos que generen proyectos con sostenibilidad económica en la industria audiovisual regional.
- Se requieren procesos de estandarización técnica del personal mediante convenios con el Sena.
- Construir bases de datos, directorios, estudios de mercado y esquemas de negocios.

Se propone, como unas de las acciones a emprender en el corto plazo, solicitar a Telecaribe que lidere el *cluster* audiovisual del Caribe y permita la participación del sector audiovisual de la región en la definición de las políticas de producción y programación.

2.1.5. Patrimonio e investigación

Contexto

Aunque no se ha realizado un diagnóstico consistente, se tiene la percepción de que en la región no hay infraestructura ni personal ni conocimientos suficientes

Conclusiones y recomendaciones

que garanticen el archivo y la conservación, como tampoco políticas para identificar y proteger el patrimonio audiovisual.

Recomendaciones de política

- Impulsar un proyecto regional de memoria audiovisual a partir del Centro de Documentación Audiovisual del Caribe, Cedac, de la Cinemateca del Caribe.
- Definir e implementar estrategias permanentes de preservación del patrimonio audiovisual de la región.

2.2. Reflexiones finales sobre el campo audiovisual en la región Caribe

A lo largo de las discusiones que se dieron en las mesas de trabajo los participantes, vinculados a diferentes áreas de la actividad audiovisual, señalaron como imprescindible que se dé un diálogo interinstitucional entre el Sena, las secretarías de Educación y Cultura y el Ministerio de Cultura, con el fin de articular lineamientos y acciones encaminadas a aterrizar en el plano de lo local territorial una política audiovisual que tenga en cuenta las nuevas subjetividades y temáticas contemporáneas, en especial las que se relacionan con grupos vulnerables de población y movimientos sociales.

282

Otros actores que se considera pueden coadyuvar al fortalecimiento del sector audiovisual de la región son el Museo del Caribe, por su diseño museográfico basado en los recursos audiovisuales, y la Secretaría de TIC de la Gobernación del Atlántico, por su capacidad para acompañar procesos de capacitación, reconversión y apropiación de las nuevas tecnologías de la imagen.

Incidir en el diseño de las políticas de inversión del Fondo para la Televisión Pública, de la CNTV, es también un objetivo a mediano plazo identificado como deseable por los actores sociales participantes.

Igualmente, coincidieron en que existe la necesidad de asociarse, conglomerarse, y crear redes para un mayor acceso, difusión, promoción y profesionalización del quehacer audiovisual.

A propósito de la interacción con otros sectores de la sociedad, se señaló la importancia de trabajar con las juntas de acción comunal para que incorporen lo audiovisual como uno de los objetivos de su trabajo comunitario, y se concluyó que es necesario repensar la actuación de estas organizaciones, y estudiar la

posibilidad de convenir temáticas y disponer nuevas conexiones a partir de lo que el entorno sugiere.

Fue muy interesante para los asistentes a la segunda mesa de trabajo escuchar de Amado Villafaña, director del Colectivo de Comunicaciones Zhigoneshi, cuál es el significado de la producción audiovisual para los pueblos indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta:

Nosotros decidimos meternos en esta experiencia de contar el mundo a través de imágenes como una de varias estrategias de supervivencia que hemos aplicado: primero aprender a hablar el español, luego aprender a escribir, luego conseguir el reconocimiento como autoridades indígenas, después lograr el manejo de la educación y de la salud [...] y ahora llegamos a la cámara de fotografía y de video. Nosotros llegamos a este punto por una necesidad. Yo admiro de ustedes que tienen el sentimiento y el espíritu de ser artistas, pero para nosotros hay una necesidad de serlo para la defensa del territorio y la cultura que consideramos de propiedad colectiva. Aquí no hay sentimiento de artistas, sino desespero por una supervivencia.

Por su parte, Germán Rey manifestó que la relación del audiovisual debe verse siempre en diagonal con muchos sectores: con la tecnología, con la economía, con las organizaciones sociales, para visionar y establecer alianzas y políticas en beneficios del sector. “Este no es un tema solo de estética, también es de supervivencia en medio de contextos de orfandad, donde no hay inversionistas. Retomo la reflexión de Amado Villafaña, pero trasladándola a los habitantes urbanos: sí, también para nosotros se trata de la supervivencia”.

283

Para finalizar tocaremos tres aspectos a los que el profesor Rey hizo referencia durante su charla en Barranquilla. El primero es la relación entre calidad y producción: “Aquí se ha dicho, con razón, que quizá la gente se acerca al audiovisual menos por la temática y más por la calidad con que se hace; también se discutió si ciertos temas representan o no la realidad que vivimos y se enfatizó en que es probable que se prefieran miradas originales u otras miradas a los problemas que cotidianamente tenemos los colombianos.

El segundo aspecto es el de la industria cinematográfica, frente a la cual dijo que, evidentemente, no hay en el país una industria cinematográfica, pero sí ciertos avances:

Se construye una industria lentamente, con muchos vaivenes, producto de la debilidad en la definición de políticas públicas que hay en el país, y de que no hay una suficiente comprensión de los inversionistas privados; los vaivenes de que el cine y la televisión no se vean como sectores estratégicos de la economía; con dificultad se ven a veces como estratégicos para el desarrollo tecnológico, la política o la vida social. Pero cada vez se abren más las mentes de los inversionistas, de los

Conclusiones y recomendaciones

dirigentes políticos y de las agencias de cooperación para resaltar la importancia de este sector.

Por último, coincidimos con este investigador en que el ejercicio de indagación y reflexión propuesto desde el Observatorio Audiovisual del Caribe es un conjunto de elipsis y lagunas, en el que aún quedan muchas preguntas por resolver, “pero la agenda que ha salido es una agenda muy rica; aquí nos hemos preguntado qué es lo local, qué es lo Caribe, qué es la identidad; preguntas importantes que la investigación hace y que la política está buscando responder, pero creo que en este momento hay que darle una respuesta diferente a la que dábamos hace diez años”.

Las respuestas las está ensayando hoy la sociedad civil del Caribe colombiano desde sus espacios de creación, de organización, de interlocución y de participación en tanto actores del devenir regional. El audiovisual, ya lo hemos visto, es una herramienta cada vez más cercana a los procesos sociales, donde se gestan la memoria, la resistencia, los discursos alternativos, las identidades y los referentes simbólicos de la cultura, y, sin duda, desde todas esas formas de uso las organizaciones, los realizadores y los colectivos audiovisuales de la región están planteando serios desafíos a las visiones y narrativas hegemónicas que buscan homogeneizar formas y contenidos.

▣ Notas

- 1 “Son tácticas en tanto no pueden contar con un lugar propio, no tiene más lugar que el del otro; no son, se insinúan, fragmentariamente, sin posibilidades de capitalizar ventajas o expansiones, constantemente deben sacar provecho de fuerzas que les resultan ajenas. [...] A diferencia de la racionalidad política, económica o científica que se construye, según el mismo autor, de forma completamente opuesta, como lugar estratégico, de poder y voluntad”. (Chajín y Miranda, 2010).
- 2 Ministerio de Cultura. (2008). *Un ministerio de puertas abiertas*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- 3 http://www.prodiversitas.bioetica.org/doc66.htm#_Toc15192663.
- 4 Citado en Ministerio de Cultura. (2010). *Compendio de políticas culturales*. Bogotá
- 5 <http://www.convenioandresbello.info/?idcategoria=1287>.

▣ BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, María M. y Meisel, Adolfo. (2009). *Documentos de trabajo sobre economía regional: ¿la isla que se repite?* Cartagena: Banco de la República
- Augè, M. (2007). "Sobremodernidad: del mundo tecnológico de hoy al desafío esencial del mañana". En De Moraes, Denis (coord.). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa.
- Babbie, E. (1996). *Manual para la práctica de la investigación social*. Bilbao: Desclée de Brouwer, S. A.
- Bayuelo, Soraya. (2006). *Doce años de comunicación para el cambio social en los Montes de María*.
- Beverley, J. (2002). "La persistencia del subalterno", en *Nómadas*. N° 17, Bogotá: Universidad Central.
- Chajín, O. (2006). "Programa 'culturológico' para una refundación socioestética de las culturas y subjetividades juveniles". Tesis de maestría internacional en Estudios de la Cultura. Quito: Universidad Andina. (Inédito).
- Chajín, O. y Miranda, W. (2010). "De la Arcadia primordial a la Arcadia vaciada. Música de acordeón y memorias discursivas del sujeto sociocultural al sur de la modernidad". En *Texcultura. Informe de investigación*. Cartagena: Universidad de Cartagena. (Inédito).
- Chomsky, N. (2003, abril). "El control de los medios de comunicación". En *Sala de Prensa* 54. Año V. Vol. 2. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art438.htm>.
- Coelho, T. (2009). *Diccionario crítico de política cultural. Cultura e imaginario*, Barcelona: Gedisa.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). (2003). *Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Cremona, Florencia (coord.). (2007). *Comunicación para el cambio social en América Latina: prácticas de articulación entre movimientos sociales y redes de comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano*. México: Iberoamericana.
- _____. (1995). *La toma de la palabra y otros discursos políticos*. México: Iberoamericana.
- Delgado Salazar, R. (2009). *Acción colectiva y sujetos sociales. Análisis de los marcos de justificación ético-políticos de las organizaciones sociales de mujeres, jóvenes y trabajadores*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- De Moraes, D. (2007). "La tiranía de lo fugaz: mercantilización cultural y saturación me-

- diática". En De Moraes, Denis (coord.). *Sociedad mediatizada*, Barcelona: Gedisa.
- De Souza Santos, B. (2002). "En busca de la ciudadanía global". Entrevista en LOLA. N° 18. Disponible en
- Duncan, G. (2005). "Del campo a la ciudad en Colombia: la infiltración urbana de los señores de la guerra". Documento Cede. Bogotá: Universidad de los Andes. Disponible en www.economia.uniandes.edu.co.
- Duque Daza, J. (2001, octubre). "Comunidades de sentido. Interacciones y movimientos sociales". En *Papel Político*. N° 13.
- Estefanía, J. (2003). *Hij@, ¿qué es la globalización?* Madrid: Debate.
- Ford, A. (2003). "El malestar de la brecha digital". Disponible en <http://www.comunit.com/en/node/149727/348>.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- _____. (1990). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- _____. (edit.). (1993). *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- _____. (1997). *Imaginario urbano*. Buenos Aires: Editorial Universitaria.
- _____. (2000, julio-septiembre). "Para un diccionario herético de estudios culturales". En *Fractal*. N° 18. Año 4. Vol. V, pp. 11-27. Disponible en <http://www.fractal.com.mx/F18cancl.html>.
- Guber, R. (2008). *El salvaje metropolitano*. Buenos Aires: Paidós.
- Gumucio-Dagron, A. y Tufte, T. (comp.). (2008). *Antología de comunicación para el cambio social*. La Paz: Plural Editores.
- Gruzinski, S. (1994). *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a Blade Runner (1492-2019)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ibarra, P. y Tejerina, B. (edit.). (1998). *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Madrid: Trotta.
- "Línea Base. Informe Final para el proyecto 'Apoyo y protección a la población afectada por el conflicto interno y asistencia y acompañamiento de las víctimas y sus asociaciones, en su proceso de restablecimiento y reparación de acuerdo al marco de derechos recogidos en el ordenamiento jurídico colombiano' ". (2008, 21 de noviembre). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- McCausland, Ernesto. (2006). *Telecaribe 20 años construyendo región*.
- Martín-Barbero, J. (2001). *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización y multiculturalidad*. Pittsburg: Nuevo Siglo.
- _____. (2002). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

- _____. (2003). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, J. et al. (2005). "Cultura y nuevas mediaciones tecnológicas". En Martín-Barbero, J. et al. *América Latina: otras visiones de la cultura*, Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Ministerio de Cultura. (2010). *Compendio de políticas culturales*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Ministerio de Cultura, Universidad del Valle. (2009). "Usos de tecnologías audiovisuales entre organizaciones sociales de Nariño, Cauca y Valle del Cauca". Investigación, fase I, informe de avance.
- Morales Aguayo, L. et al. (2007). "El cine y el video y su articulación con el movimiento en contra del feminicidio en Ciudad Juárez, Chihuahua, México". En Cremona, Florencia (coord.). *Comunicación para el cambio social en América Latina: prácticas de articulación entre movimientos sociales y redes de comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Mora Calderón, P. (2008). "De laboratorios y ezwamas". En *Signo y Pensamiento*. Bogotá.
- Morales Ujueta, G. (2009, enero-junio). "Acciones para preservar el corazón del mundo: la experiencia de comunicación indígena en la Sierra Nevada de Santa Marta". En *Encuentros*, No. 13.
- Obregón, R. (2009). "Comunicación, desarrollo y cambio social". Disponible en http://www.portalcomunicacion.com/esp/n_aab_lec_3.asp?id_llico=49.
- Ortiz, A.; Ortúzar, I. y Regis, S. (1999, octubre). "Los adolescentes del nivel medio, la televisión y las nuevas tecnologías". En *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 22. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina>.
- Rodríguez, Clemencia. (2008). "Construyendo país desde lo pequeñito". En Clemencia Rodríguez (edit). *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. Universidad de Oklahoma Fescol, Centro de Competencias en Comunicación para América Latina.
- Rojas Herazo, H. (1994). "Carnet de un escritor". En Jorge García Usta (comp.). *Visitas al patio de Celia. Crítica a la obra de Héctor Rojas Herazo*. Medellín.
- Restrepo, Gonzalo. (2003). *Breve historia de los cineastas del Caribe colombiano*. Barranquilla: Ideas Gráficas.
- Russo, E. A. (comp.). (2008). *Hacer cine, producción audiovisual en América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- Silverstone, R. (2007). "De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla. Bases para una reflexión global". En *Diálogos de la Comunicación*. N° 73 (nueva época). Disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/articulos-med-33RogerSilverstone.php>.
- _____. (2004). *¿Por qué pensar los medios de comunicación?* Buenos Aires: Amorrortu.

Sistema de Indicadores de la Región Caribe Colombiana. Observatorio del Caribe Colombiano. <http://www.ocaribe.org/sic/sid.php>. Consulta: abril de 2011.

Sunkel, Guillermo (coord.). (2006). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Terceiro, J. B. (2008, abril-junio). "De las soluciones digitales a los procesos de inclusión social". En *Telos*. N° 75. Fundación Telefónica. Disponible en <http://www.sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulotribuna.asp?idarticulo=2&rev=75.htm#n2>.

Terrero, P. (2006) "Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada". En Sunkel, Guillermo (coord.). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Touraine, A. (2000). *Crítica de la modernidad*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Buenos Aires.

Trejos, R. (2006). "El consumo cultural latinoamericano en Internet". En Sunkel, Guillermo (coord.). (2006). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Vizer, E. (2007). "Procesos sociotécnicos y mediatización en la cultura tecnológica". En De Moraes, Denis (coord.). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa.

Williams, R. (2005, 16 de abril). "Teoría cultural". Disponible en <http://www.nombrefalso.com.ar/hacepdf.php?pag=110&pdf=si>.

Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

288

Yúdice, G. y Miller, T. (2004). *Política cultural*. Barcelona: Gedisa.

Zuleta, Luis Alberto y Jaramillo, Lino. (2006). *Cartagena de Indias: impacto económico en la zona histórica*. Corporación Centro Histórico de Cartagena. Bogotá.