

MIRAR LA MIRADA: PARA DISFRUTAR EL AUDIOVISUAL ALTERNATIVO Y COMUNITARIO*

Watch the view: to enjoy alternative grassroots video

María José Román

Magíster en Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Realizadora de Cine y Televisión de la Universidad Nacional de Colombia. Profesora de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia. Perteneció al *Grupo de Investigación Lenguaje, Discurso y Saberes*.
marejosia@gmail.com

RESUMEN

Este artículo presenta tres colectivos, liderados por jóvenes, de producción de audiovisual alternativo y comunitario en sectores marginales de tres ciudades principales colombianas: el sector de Aguablanca, en Cali; Ciudad Bolívar, en Bogotá; y la comuna nor-oriental, en Medellín. Inicialmente el texto caracteriza el fenómeno del video-activismo y las organizaciones sociales vinculadas a él, para luego centrarse en los casos de estudio colombianos. Luego el artículo profundiza en los procesos de subjetivación política de los jóvenes vinculados a la producción de audiovisual y muestra el carácter político de las imágenes creadas por estos colectivos, enraizado en su *régimen de visibilidad* y en la *potencia no narrativa* de la imagen. Como conclusión, se hace énfasis en la necesidad de despertar una mirada más activa y dinámica, acorde a la complejidad del fenómeno audiovisual alternativo contemporáneo.

Palabras clave: mirada, video-activismo, audiovisual alternativo y comunitario, medios masivos de comunicación, jóvenes.

ABSTRACT

This article presents three youth-led alternative grassroots media collectives working in marginalized areas of the three main Colombian cities: the area of Aguablanca, in Cali, Ciudad Bolívar in Bogotá, and north-eastern “comunas” of Medellín. Initially the text characterizes the video-activism phenomena and the social organizations related to it; then it focuses in the Colombian cases of study. In the next stage, the article deepens in youth political subjectivity processes related to audiovisual production, and shows the political side of the images created by these youth-led media collectives, rooted in its visual regime, and its non narrative strength. As a conclusion, the need to awake a more dynamic and active view is highlighted, according to the complexity of the contemporary alternative audiovisual phenomena.

Key words: view, video-activism, alternative grassroots video, mass media, youth.

Recibido: 11 de diciembre de 2009

Aprobado: 2 de febrero 2010

* Este artículo presenta los resultados de la investigación realizada como tesis de maestría “Video Comuna: política desde el audiovisual alternativo y comunitario” (2009) para optar el título de Magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, dirigida por Juan Carlos Arias.

LA MIRADA PEREZOSA

La mirada se nos ha vuelto perezosa a punta de tanta Tv. Ya acostumbrada a las estéticas y narrativas repetidas una y otra vez por los medios masivos de comunicación, la mirada ya no busca conocer sino *re-conocer*. De frente a los audiovisuales, la mirada se queda en el plano narrativo, incapaz de trascender a otros niveles de la imagen, como las lógicas de producción de los videos, su función social, o los regímenes de visibilidad de sus productores. Gracias al acelerado desarrollo tecnológico cada vez hay más audiovisuales para ver, y más ventanas de circulación dónde verlos. Sin embargo, cuando el espectador común entra en contacto con cualquier otro tipo de video que se sale del molde de lo masivo convencional, la primera reacción aún es el rechazo. Si de entrada la estética del video no lo cautiva, el espectador no lo verá con toda su atención, aunque sí se apresurará a tildarlo de aburrido, feo, o de mala calidad; y esto es así porque lo califica de acuerdo con los mismos criterios con que se miden los productos comerciales, como la calidad técnica, el profesionalismo de las actuaciones, de la puesta en escena o la postproducción.

Esa mirada miope hace que el espectador se cierre a toda una producción de audiovisual distinta, que responde a lógicas diferentes al infoentretenimiento, y por ello es llamado *audiovisual alternativo*. Esa mirada terca no ve porque no reconoce otras cualidades intrínsecas de la imagen que tienen un valor político que va más allá de lo estético y lo narrativo. En este artículo quiero invitar al espectador común a abrir su mirada, a dejarse sorprender y permitirse el disfrute de imágenes nuevas y distintas; a fortalecer rutas de comunicación participativas y espacios de encuentro y diálogo acerca del audiovisual alternativo. Todo esto, a través de la presentación de algunos grupos urbanos liderados por jóvenes que en Colombia desarrollan actividades encaminadas al cambio social a través de tácticas video-gráficas, caracterizándolos de acuerdo con estudios de experiencias de comunicación alternativa y comunitaria; también invito profundizar en las características que hacen del lenguaje audiovisual un medio propicio para la acción política y la transformación social.

VIDEO-ACTIVISMO

Aunque hay cada vez más para mirar, seguimos queriendo ver lo mismo. La producción de video es un fenómeno global que crece aceleradamente gracias a la democratización de la tecnología de producción audiovisual. Hay una multitud de video-actividades que van de lo más conservador a lo más radical, de lo banal a lo político (Cf. Kunci, Engage Media, 2009). Hay videos de denuncia, videos musicales, videos virales y videos tutoriales en redes como Vimeo, MySpace y YouTube, y no existe una definición única que abarque las actividades videográficas emergentes dentro del discurso-espacio público. Dentro de esa gama tan variada, se encuentran también el video como forma

de activismo vinculada a movimientos sociales para el cambio social. El *audiovisual alternativo y comunitario* es una forma de video que no circula en medios masivos de comunicación, ofrece otras interpretaciones, proviene de lugares de enunciación no convencionales, les permite a los movimientos comunicarse con sus comunidades de base y llegarle a otras audiencias. Parte de la definición de política participativa sobre la que se fundamenta la comunicación comunitaria, donde lo político se entiende como el litigio por lo común y las tensiones por la reconfiguración de lo público en todas las escalas del mundo de la vida, especialmente en los pliegues de la vida cotidiana. La política como un ámbito del mundo en que los hombres son primariamente activos y dan a los asuntos humanos una durabilidad que de otro modo no tendrían (Arendt, 1993).

Cuando alrededor de actividades de video encaminadas al cambio social se consolidan organizaciones sociales, se puede empezar a hablar de *activismo comunitario*:

Tarde pero oportuno. Los ciudadanos nos aburrimos de los medios comerciales (aunque los vemos compulsivamente) y de los medios públicos (que perdieron legitimidad en sus audiencias), y comenzamos a creer que es posible imaginar una comunicación distinta, una propia, una donde la resistencia e innovación está en el relato (temporalidades, sujetos y ritmos), en las estéticas (las imágenes, los sonidos y los textos comienza a tomar la forma de quien los produce) y en las narrativas (los mitos y modos de contar culturalmente ubicados vienen a encontrar su expresión). (Rincón, 2005, p. 46).

Pero, ¿cómo son las organizaciones que están detrás de la producción de este tipo de videos alternativos y comunitarios? Clemencia Rodríguez, en sus estudios sobre comunicación comunitaria habla de *Movimientos hacia una Comunicación Democrática* como aquellos colectivos que emprenden acciones ciudadanas a través de la comunicación. Están constituidos por un conjunto de *múltiples subjetividades que conscientemente se reúnen con el propósito común de sacar adelante una tarea que reta las prácticas de comunicación establecidas* (Rodríguez, 1994). Se caracterizan por ser grupos: 1. de personas que ejercen conscientemente su labor, en este caso cultural, para cambiar sus vidas y transformar un orden establecido. 2. definidos por un objetivo precario, para cuyo alcance encuentran condiciones adversas ante las cuales deben reaccionar. 3. conformados por una pluralidad de sujetos que no comparten una misma identidad, y que no poseen de forma individual una única esencia, sino múltiples identidades heterogéneas. 4. cuyas demandas son diversas y cambian con el tiempo, es decir que son históricas y locales.

Son organizaciones fluctuantes y dinámicas, y no entidades estáticas con objetivos fijos, que emergen de la voluntad de una comunidad de cambiar su entorno social y alterar el establecimiento mediático, por lo que rechazan la estructura jerárquica de los canales de comunicación establecidos y proponen la

construcción de lazos entre otros grupos emergentes para lograr un intercambio simétrico (diálogo), y nuevas formas de acceso y participación. Ellos utilizan los medios para el fortalecimiento de sus identidades culturales, de sus culturas locales, y para la defensa de significados sociales autónomamente definidos y de la interacción cara a cara (Rodríguez, 1994). Gestionan sus recursos, aunque escasos, para lograr abrir fisuras en el paisaje mediático establecido y excluyente, a través de las cuales expresan su propia voz. Entre este tipo de organizaciones cada vez es más común el uso del video como tecnología y como lenguaje; de ahí que se hable de un video-activismo.

Las organizaciones civiles video-activistas son muy heterogéneas, algunas de ellas institucionalizadas como ONG medianas, otras más informales o temporales. En las organizaciones se encuentran individuos de distintas procedencias socio-económicas y geográficas con procesos de formación diferentes: algunos profesionales, otros autodidactas o migrantes académicos, en áreas afines a la comunicación, las ciencias humanas y las artes, o el activismo político.

Entre sus objetivos comunes está el cambio social a través de transformaciones reales de contextos cotidianos de las comunidades de base, pero también el afrontar problemáticas que afectan a las comunidades, como la pobreza, el medio ambiente, la violencia, inequidad de género y abusos a los derechos humanos, entre otros. Se busca promover la discusión pública local de estos temas alrededor de la exposición de imágenes de video; también existe el interés de alcanzar otras audiencias más allá del contexto geográfico y cultural inmediato, por lo cual se esfuerzan por mejorar la calidad de sus producciones a través de la práctica constante, pero sobretodo de un trabajo consciente de análisis de las cualidades del medio presentes en las formas establecidas del lenguaje audiovisual más común, televisión y el cine comercial, y ejercicios de experimentación en los que voltean, mezclan y subvierten formatos establecidos.

Por último, más allá del cambio social también está el interés por decodificar la recepción acrítica de los mensajes que circulan por los medios masivos de comunicación, a través de la construcción y el fortalecimiento de canales de comunicación participativos capaces de retar la hegemonía de lo *mainstream*, y de una alfabetización audiovisual de las audiencias de sus comunidades que las haga más perceptivas a las representaciones culturales alternativas. A pesar de la creciente profesionalización de estas organizaciones, y sus esfuerzos en el fortalecimiento de redes alternativas, éstas organizaciones siguen ubicadas en las márgenes de la cultura mediática; entre las dificultades que enfrentan se encuentran la falta de una infraestructura cultural institucional de apoyo (educación, fondos, políticas públicas), la indiferencia de las audiencias frente a géneros distintos a los legitimados por la televisión tradicional como realities, noticias de info-entretenimiento y relatos con celebridades, y la legitimación de los medios masivos de comunicación como fuente dominante de información oficial.

COLECTIVA-MENTE:
**Colectivos urbanos de producción de video alternativo y comunitario
liderados por jóvenes en Colombia**

En Colombia existe una gran cantidad de organizaciones que incluyen la producción de video dentro de sus proyectos comunicativos. Algunas experiencias de comunicación comunitaria adoptaron el video después de haber comenzado con emisoras de radio, impresos y otras actividades comunicativas, como es el caso del colectivo Línea 21 de Montes de María, en Bolívar, y el colectivo de comunicación de Belén de los Andaquíes en el Caquetá, entre otros. De igual manera, el video se ha convertido en una herramienta fundamental para la unión y la resistencia dentro de comunidades étnicas que desarrollan estrategias de comunicación, como es el caso del Tejido de Comunicación del pueblo Nasa, de la Asociación de Cabildos Indígenas del norte del Cauca, y la reciente experiencia del primer canal de televisión indígena Kankuama Tv, de la comunidad Kankuama del Cesar.

En ciudades principales también se han consolidado procesos duraderos de comunicación que incluyen dentro de sus estrategias el uso del audiovisual, como es el caso de Full Producciones, en Medellín y Sueños Films, en Bogotá, pero también se presentan otras experiencias tácticas de video activismo lideradas por jóvenes, que proponen una aproximación novedosa al video-lenguaje, relatando de formas más experimentales. Este último grupo fue el objeto de la investigación *Video Comuna: política desde el audiovisual alternativo y comunitario*, realizada entre 2008 y 2009, que consistió en un mapeo de colectivos de producción de audiovisual alternativo y comunitario liderado por jóvenes, en zonas periféricas de tres ciudades de Colombia: Cali, Medellín y Bogotá, y en el análisis de sus producciones en relación con un proyecto de ciudadanía comunicativa para el cambio social en sus comunidades.

En esa búsqueda encontré varias experiencias interesantes, de las cuales quiero presentar en esta ocasión, tres casos. Se trata de tres colectivos de producción de audiovisual alternativo y comunitario: *Formato 19K*, de la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá, *Mejoda*, del distrito de Aguablanca en Cali, y *Pasolini en Medellín*, de los barrios de la comuna nororiental de Medellín. Su lugar de enunciación es marginal no solo por el distanciamiento geográfico de sus comunidades en relación con el centro de las ciudades, sino con su invisibilización en los discursos e imaginarios hegemónicos, con cuyas representaciones no se sienten identificados. De allí la necesidad de producir nuevas representaciones acordes a sus contextos y la lucha por incluirlas dentro del repertorio de imágenes que circulan en el espacio público mediático. Algunos de los jóvenes que lideran estos grupos tienen educación universitaria, y entre esos, algunos en carreras relacionadas con la comunicación o a la producción audiovisual, otros en cambio, no tuvieron acceso a educación superior, por lo menos no antes de generar las organizaciones; en algunos casos el hecho de pertenecer a éstas y desarrollar proyectos allí, les brindó la oportunidad de acceder a cursos de especialización en temas relacionados con la producción o gestión audiovisual. Los jóvenes de estos

colectivos se han organizado para crear oficialmente fundaciones, corporaciones o asociaciones, con el objetivo de conseguir encomiendas, ejecutar proyectos y cumplir con los requisitos de convocatorias de distintas entidades públicas locales, distritales, regionales o nacionales, organizaciones civiles o empresas privadas, incluso internacionales. El proyecto comunicativo audiovisual para ellos es un proyecto de vida y de ciudadanía comunicativa, alternativo e independiente, sin embargo como táctica de sustentabilidad económica las organizaciones adoptan precariamente visos de empresa desarrolladora de proyectos. En cada trabajo hay una negociación entre los objetivos que deben cumplir, y su propio proyecto político y ciudadano, así como su estilo audiovisual y narrativo. Hay también una experimentación en términos de la forma y el formato audiovisual que desarrollan, en la metodología de trabajo adoptada y en el uso del material resultante, o bien en los modos de presentación y distribución del mismo.

Los temas tratados en los videos producidos dependen de las características de los proyectos que emprenden, o de los compromisos que adquieren con distintas instituciones, pero en general responden a:

- Problemáticas de las comunidades de base: pobreza, violencia, discriminación.
- Representaciones dominantes, estereotipadas, circulantes por los medios masivos de comunicación, en especial la televisión y el cine comercial, que no generan identificación sino invisibilización entre los jóvenes.

Para responder a estas problemáticas, estas organizaciones trabajan desde el audiovisual alternativo y comunitario, la re-significación de símbolos y transformación de imaginarios de la comunidad, mostrando desde otra óptica los escenarios cotidianos; recrean situaciones de resolución pacífica de conflictos, rescatan historias de vida, no de muerte, y presentan proyectos comunitarios exitosos pero desconocidos. En las realizaciones audiovisuales no hay un tono de denuncia sino una presentación, a través de una mirada fresca sobre el mundo más próximo, los espacios cotidianos, los personajes de la comunidad, en especial mujeres mayores y jóvenes, pero también niños y hombres trabajadores. En cuanto a los formatos, no hacen documental tradicional, ni tampoco reportaje investigativo, sino videoclip, *docuclip* (una mezcla de documental con video musical), y puestas en escena donde los jóvenes recrean ficciones de sí mismos y de sus propios imaginarios.

Por otra parte, está el componente participativo de la realización del video. Estos colectivos organizan talleres de formación para miembros de la comunidad, siendo los jóvenes y niños quienes más participan. Allí el video es utilizado como una suerte de relevo, como ese algo que se entrega y alrededor de cuya práctica es posible la enseñanza de la metodología de trabajo, de la forma y lenguaje audiovisual. En ese escenario de aprendizaje horizontal, se moviliza toda una serie de cuestiones que tienen que ver con la vida: con la formulación de proyectos de vida productivos relacionados con el despertar de una ciudadanía activa, con

la re-significación de símbolos y la transformación de imaginarios de los jóvenes como sujetos y miembros de una comunidad que pueden transformar. El video producido no es el objetivo final del proceso, sino apenas una herramienta dentro de un proyecto mucho más amplio. Una vez finalizada la parte de realización, que culmina con el video terminado, empieza la fase de discusión a partir de la visualización conjunta y la lucha por abrirle caminos más largos y complejos, a través de la distribución.

La distribución de los audiovisuales producidos es quizás el eslabón más débil de la cadena. Como primera medida se organizan presentaciones para la comunidad, en donde, tanto los miembros de las organizaciones, como quienes participaron en el proyecto obtienen la retroalimentación de otros miembros de la comunidad y comparten las experiencias del proceso y las emociones y reflexiones despertadas por la misma proyección del video. Luego pueden ir apareciendo otros escenarios donde este tipo de producciones tengan sentido, como muestras de documental independiente, comunitario, distrital o regional dentro y fuera del país. Con el tiempo pueden llegar a canales de televisión local y regional; para llegar a un canal nacional de interés público, hay más dificultades por el tema de la calidad de los formatos, pues trabajan con cámaras digitales pequeñas, formato MiniDV, o, dependiendo del proyecto, en HD¹. Se generan pocas copias del material, siempre en DVD, que se entregan de mano en mano, y la publicación en la Internet aún genera cierta desconfianza, más entre las personas de la comunidad que aparecen en los videos que entre los miembros de las organizaciones.

En general, no hay una estrategia de distribución; sin embargo, hay un gran interés, y un trabajo ya fortalecido, en la institucionalización de encuentros, como festivales especializados en audiovisual alternativo y comunitario, que permitan la reflexión sobre este tipo de audiovisual, el diálogo y la construcción de una red nacional de productores, reuniendo cada vez más experiencias de todo el país. También existe la preocupación por definir una serie de criterios que permitan la apreciación del video alternativo y comunitario y que puedan ser transmitidos a una audiencia cada vez mayor.

Para comprender mejor la complejidad de las acciones y tácticas de las organizaciones estudiadas identifiqué tres frentes de creación que están presentes en cada una:

- *Productos*: aquí están todas esas producciones que dejan una huella, ya sea un DVD o un documento: los videos producidos, blog o sitio web. Escuelas de formación audiovisual para las comunidades, talleres, seminarios y conferencias. Muestras, proyecciones y festivales de exhibición de videos alternativos.
- *Conocimiento*: esta parte tiene que ver con las metodologías de trabajo generadas, que con la práctica se convierten en un saber importante, ligado al aprovechamiento de recursos técnicos, experiencia adquirida en gestión de proyectos, análisis de lenguajes y formas del medio y ejercicios de reconfiguración en nuevos formatos narrativos.

- *Sentido*: son los logros a nivel de empoderamiento de sujetos, cambios de actitud, transformación de imaginarios, resignificación de símbolos, y formulación de proyectos de vida.

Ahora presentaré cada uno de los colectivos, contextualizándolos en sus lugares originarios de enunciación, y refiriendo sus acciones en cada uno de los campos anteriores.

FORMATO 19K: CRÓNICAS DE TERRITORIO IMAGINADO

La historia de Ciudad Bolívar comienza en la década del cuarenta, con la parcelación de las grandes haciendas aledañas al Distrito Capital, territorios en los cuales surgieron asentamientos de pobladores del Tolima, Boyacá y Cundinamarca que para los años 50's ya se habían convertido en barrios, y en los años sesentas albergaban a más de 50.000 habitantes. En 1983 la zona se declara no apta para fines agropecuarios y por lo tanto hacia ella se orienta el crecimiento urbano, por medio del plan que ahora le da nombre: Ciudad Bolívar. Con más de 600.000 habitantes, la localidad 19 del distrito capital, presenta el porcentaje más alto de población en situación de pobreza y miseria de la ciudad. El 59,7% vive en estrato 1, el 35,7% se encuentra en estrato 2 y el restante 4,6% está en estrato 3. Ciudad Bolívar, junto a las localidades de Usme, Bosa, Soacha y Tunjuelito conforma el cinturón de pobreza que abraza todo el sur occidente de Bogotá. El retrato de los jóvenes de Ciudad Bolívar de *La Hoguera de las Ilusiones* de Arturo Alape (2003), junto con la imagen de los noticieros y los estereotipos del imaginario hegemónico, han construido en el discurso público una imagen estigmatizada negativamente del joven de esta localidad. Varios jóvenes, conscientes y cansados de estas representaciones con las que no se sienten identificados, optaron por tomar acciones comunicativas a través del audiovisual.

Entre ellos está la fundación Formato 19K, una organización que se forjó alrededor de una iniciativa pedagógica alternativa de formación y producción audiovisual para niños y jóvenes de Ciudad Bolívar, la localidad 19 de Bogotá, razón del número en el nombre. Sus cuatro integrantes son la pareja formada por Linda Mendoza, Raúl Montaña, y los hermanos Milena y Eliath Forero. Empezaron a existir legalmente en 2006, pero llevan trabajando juntos más de 6 años. Milena, comunicadora comunitaria de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) y su hermano Eliath, estudiante de la Licenciatura en Biología de la Universidad Pedagógica Nacional, son los teóricos del grupo. Raúl y Linda son la conciencia social y los iniciadores del proceso de creación de escuela a raíz de no haber accedido a educación superior; sin embargo, gracias al recorrido con Formato, Raúl ha obtenido una beca para estudiar Comunicación Audiovisual en una universidad y Linda, Diseño gráfico en un instituto técnico industrial en Ciudad Bolívar. Todos ellos viven en las casa de sus padres, quienes financiaron en un inicio los proyectos de la fundación. Han participado en convocatorias y concursos principalmente del distrito de Bogotá y del Estado.

La esencia del proyecto es la realización colectiva y la producción como escuela, como respuesta a la problemática de acceso a formación especializada en audiovisual. Inician la construcción de una Escuela Popular Audiovisual para niños y jóvenes, como proceso de resistencia y de transformación social, un espacio para la construcción del individuo en relación con la imagen, entendiendo el video como una herramienta capaz de fortalecer procesos sociales ya en desarrollo. Organizan talleres de investigación, guión, realización, animación y edición, con una metodología participativa y horizontal, en donde todos aportan y todos aprenden haciendo. Formato 19K gestiona los espacios y los equipos, y trabaja desde sus conocimientos audiovisuales, que vienen principalmente de ver televisión. Se consideran tele-viciosos y el audiovisual es su lenguaje natural. De lo que les gustaba ver dedujeron los elementos para la construcción de un discurso con imágenes, y se hicieron conscientes de lo que no les gusta: el discurso mediático televisivo no narra la realidad que viven, al contrario, estigmatiza a la juventud de su localidad bajo la figura del pandillero, *ñero* y delincuente. Intuyeron que el video es una herramienta poderosa que los puede invisibilizar, o que ellos pueden utilizar para dar a conocer los valores de solidaridad y creatividad que existen en Ciudad Bolívar, invisibles en el paisaje mediático. Inicialmente querían contar sus vivencias y percepciones del territorio, mostrar su forma de ver la cotidianidad de la comunidad, para distanciarse de los discursos circulantes que sólo denunciaban las carencias y las problemáticas a partir de lo negativo.

Encontraron en el documental un formato que se ajustaba a sus necesidades, pero le aplicaron el flujo rápido de imágenes y la duración corta del videoclip con el objetivo de captar eficazmente la atención de los jóvenes, y así lograron producir un documental dinámico que llamaron *docuclip*. Este formato es entretenido y contundente; cautiva y permanece. Es una subversión de un estilo propio de la industria cultural más comercial que ellos han llenado de sentido. El primer trabajo de Formato 19K fue una serie llamada *Territorio Imaginado*, donde cuentan historias de vida de miembros de la comunidad que no coinciden con el imaginario estigmatizado de joven que circula en los medios. El objetivo era *reinventar el territorio de Ciudad Bolívar, desprovisto de las etiquetas habituales y los lugares comunes, y lleno más bien de lo impensado, de las cosas que usualmente no se encuentran todos los días en las calles de Bogotá* (Formato 19K, 2009). Trabajaron conjuntamente en la realización del video con los personajes retratados, con sus familiares, y con los jóvenes de los talleres de formación en un proceso participativo que resultó extremadamente lento.

En 2008 Formato 19K realiza su segunda producción, llamada *Crónicas de Territorio Imaginado*, una continuación de los objetivos y logros del trabajo anterior; compuesta por seis *docuclips* que presentan organizaciones civiles, sociales y juveniles destacadas pero desconocidas de Ciudad Bolívar. Fueron producidos dentro de una metodología participativa entre miembros de la comunidad y jóvenes de la Escuela de Formato 19K. En esta ocasión, en vez de talleres extensivos de audiovisual, convocaron a un seminario intensivo que les dio la oportunidad de reunir mucha gente, entre otros, los niños y jóvenes de la Escuela y la señora que preparaba los almuerzos para el evento, quien

resultó siendo el personaje principal del video más representativo de la serie. Luego comenzó la etapa de producción; cada miembro de Formato ocupó un rol distinto en los diferentes videos. Coordinaban a los jóvenes para que hicieran la investigación y determinaran, en conjunto con los miembros de las organizaciones comunitarias, la forma de contar, para luego desarrollar el guión. Después de las grabaciones los jóvenes comenzaron a hacer las animaciones de una manera muy instintiva, pero rápidamente le encontraron el gusto.

En este trabajo, Formato 19K sigue rompiendo con formatos narrativos tradicionales y explorando nuevas posibilidades con elementos visuales como la animación *stop motion*. Entre los *docuclips*, se destacan los de las organizaciones *Nuevo Milenio* y *Asosextas*, en los cuales la animación aporta una fuerte carga emocional. El primero presenta en sus tres minutos de duración la labor de una señora que vende almuerzos por mil pesos; se muestra un billete de mil pesos que baila y platos de comida animados. El *docuclip* de *Asosextas* presenta una asociación de adultos mayores que se dedica a la enseñanza de danzas tradicionales, pero se centra en la historia personal de su directora, una mujer cuyo hijo fue asesinado. En el video no se exhibe la tragedia, sino que se acentúa, por medio de la animación de recortes de papel, la catarsis creativa del dolor hecha por la mujer, que sublimó su tristeza con la creación de una danza. Mientras se escucha la voz de la mujer contando su vivencia, se ve una animación hecha por un niño de la comunidad que interpretó de una manera metafórica el relato.

La presentación del video a la misma comunidad y en especial a los miembros de las organizaciones retratadas en los *docuclips*, es un paso fundamental en el proceso de Formato 19K, porque se abre el espacio para hablar y conocerse. Cuenta Eliath Forero, que cuando la señora de *Asosextas* vio la animación de su relato, hecha por un niño llamado Smith, sintió que él había interpretado con exactitud su vivencia; además se enteró de que las vecinas del barrio felicitaban a Smith lo cual aumentó su autoestima. Por otra parte, algunos de estos *docuclips* lograron ser transmitidos por televisión nacional en 2009, en el canal Señal Colombia, en un espacio temporal llamado *La vitrina*. Formato 19K le informó a la comunidad de este acontecimiento y para la señora del restaurante *Nuevo Milenio* esto se tradujo en un incremento en las ventas de sus almuerzos; por eso ella tiene enmarcado y colgado su certificado de asistencia al seminario de Formato 19K. Estos hechos fortalecen la autoestima, y empoderan a los miembros de la comunidad.

La distribución es la fase más débil, pero en Formato 19K son conscientes de su importancia, porque es en el encuentro con otros donde pueden darse cuenta de la trascendencia de las historias que elaboran y de sus singularidades. Piensan que hace falta una política estatal que apoye los medios comunitarios y fortalezca los espacios que están en construcción, como el Festival Internacional de Cine y Video “Ojo al Sancocho”, organizado por la corporación Sueños Films Colombia, otra organización de comunicación comunitaria, que celebró su segunda versión en 2009, con la participación de Formato 19K. La Internet la utilizan para convocar a través

de correos electrónicos, a los estrenos, encuentros y eventos que van a realizar, y también para exhibir trabajos. Por ahora no tienen una política de publicación de videos en la web porque el público al que se dirigen no tiene acceso o hábitos de acceso a dicho espacio; su interés es seguir mejorando la calidad de los videos y luchar porque se le reconozca su valor al audiovisual alternativo y comunitario para llegar a transmitir por canales masivos. De ahí el empeño y la búsqueda de Formato 19K, en el nivel formal y narrativo, por hacer videos que tengan una propuesta visual, artística, estética, narrativa propia y singular. Desarrollar imágenes cuya primera impresión haga posible trascender al nivel de sentido, del valor agregado de lo comunitario. Su objetivo es que sus videos lleguen a ser vistos en festivales y canales a nivel mundial, sin descuidar nunca el proceso comunitario.

Entre algunas de las dificultades que enfrenta Formato19K está la tensión de sentir que se alejan de la comunidad entre más se especializan, y la percepción que la comunidad tiene de ellos a medida que esto sucede. También está la competencia entre organizaciones comunitarias por ganar las convocatorias públicas; y el peligro que corren las organizaciones de reducir el proceso comunitario a una etiqueta vacía. En cuanto a la formación, está el reto de darle continuidad al proceso de la Escuela y mejorarla consiguiendo una sede y garantizando la presencia de profesionales que les permita seguir con la formación de sus participantes como equipo base.

En lo que tiene que ver con distribución, está la necesidad de mejorar la calidad a partir del trabajo en mejores formatos técnicos que abran más posibilidades de distribución a los videos, conectarse con redes internacionales y aprovechar tácticamente la Internet.

MEJORA: IRREVERENCIA AUDIOVISUAL

El cordón pacífico colombiano es una región habitada por comunidades indígenas y afro-colombianas. A partir de los años 50 del siglo pasado y hasta el presente, la violencia partidista, desastres naturales, la irrupción de las políticas neoliberales, el fortalecimiento de carteles del narcotráfico y la escalada del conflicto entre grupos armados ilegales, precipitaron el desplazamiento forzado de familias enteras y su migración hacia áreas metropolitanas (Coryat, 2008).

El principal polo urbano de llegada de familias desplazadas de la región pacífica es Cali, la tercera ciudad más grande de Colombia, con una población aproximada de 2'264.256 millones de habitantes. Como suele suceder en procesos de asentamientos urbano, las zonas periféricas y suburbanas son las que ofrecen una posibilidad real de instalación a los recién llegados. El distrito de Aguablanca es un sector en el oriente de Cali que creció a partir de los años 70's con la ocupación ilegal por parte de población en situación de pobreza, en su mayoría afrodescendiente, de terrenos en ese entonces pantanosos dedicados a la siembra de productos como el arroz; de ahí que surgiera un nombre que tenía relación con los rayos de luz que generaban un destello blanco, una *agua blanca*, nombre que adoptó el distrito.

Hacia finales de los 90's Aguablanca contaba con 350.000 habitantes, pero debido a la constante llegada de población víctima de desplazamiento forzado, ésta se ha multiplicado hasta llegar a ser en el presente casi un tercio de la población de Cali, de los cuales más del 60% carece de servicios básicos y vive en situación de pobreza. El distrito reúne 4 comunas que representan todo el oriente de la ciudad, y prácticamente constituyen una ciudad en sí misma, separada de la otra, la central, por la autopista Simón Bolívar que simbólicamente las divide. Muchos de los barrios de Aguablanca son llamados coloquialmente “invasiones”, y esta denominación tiene que ver con la percepción negativa de las migraciones internas en el imaginario hegemónico. Eso, sumado a un prejuicio tanto racial como económico, hace que Aguablanca sea concebida como un lugar peligroso, inseguro y violento, lo cual ha generado una estigmatización de la juventud del distrito que incide en la manera en que ellos se perciben, se construyen y se proyectan a sí mismos.

Víctor Palacios, payanés migrado al distrito de Aguablanca, estudiante de comunicación en la Universidad del Valle, y comunicador comunitario, es uno de los fundadores del colectivo *Mejoda*, curiosa sigla para la Asociación Colectiva de Medios Alternativos de Jóvenes del Distrito de Aguablanca, una organización de base comunitaria conformada también por Ricardo Chamorro, Jairo Murillo, Diana Marcela Girón, que desde 2005 se dedica a desarrollar propuestas de video comunitario en zonas deprimidas del Distrito de Aguablanca en la ciudad de Cali.

Con la iniciativa de transformar este escenario de construcción de identidad juvenil referida a estereotipos negativos mediáticos, desde un proyecto comunicativo, comenzaron a buscar la manera de participar y el nicho dónde articularse. Encontraron una falencia en la producción de video comunitario, y a raíz de la existencia de varios colectivos que ya estaban trabajando en ese tema, decidieron unirse para poner en práctica un modelo de producción de muy bajo presupuesto que lograra resultados de muy buena calidad, suficiente para transmitir por canales de televisión local y regional. La iniciativa partía de la necesidad de mejorar las propuestas narrativas y de plantear temáticas vitales para la comunidad, de maneras no convencionales; de ahí surge el slogan que los identifica: “*irreverencia audiovisual*”. Empezaron a dictar talleres para los jóvenes de las comunidades, espacios donde podían hablar de ciertos temas y pensar conjuntamente cómo hacer productos con los que los jóvenes se identificaran; luego de ahí sacar un guión, y después emprender las dinámicas de realización audiovisual.

En 2006 se asociaron con la organización “Jóvenes Mediadores” para producir una serie de videos sobre el tema de mediación social y resolución pacífica de conflictos. Dentro de esa serie se encuentran varios cortometrajes, entre ellos, algunos cortos de ficción en donde los jóvenes de la comuna 15 del distrito de Aguablanca se ponen en escena a sí mismos actuando historias escritas por sus propias manos. Dichas historias representan roles y situaciones propias de su territorio, en una puesta en escena que podría parecer obvia o “mal actuada”, pero que en realidad tiene un valor documental porque muestra de primera mano realidades de la zona, contadas por sus habitantes. Por otra parte, los mismos

jóvenes que aparecen en una de estas ficciones, también aparecen en un corto documental, que al igual que las ficciones, tienen un ritmo cadencioso y un estilo fresco, gracias al montaje ágil que combina entrevistas con imágenes del territorio, el uso del lenguaje espontáneo de los jóvenes y la música hip hop. Se alcanza a notar el clima de confianza y colaboración que hay delante y detrás de la cámara. Ésta es acogida dentro del grupo como un interlocutor más y eso rompe con la rigidez del formato documental tradicional o del video institucional. Con mucha creatividad *Mejoda* y los jóvenes de Aguablanca lograron darle dinamismo a un tema difícil de abordar, haciendo posible que otros jóvenes puedan identificarse con lo que ven allí y que otros públicos puedan aprehender la dimensión comunitaria de esta realización.

Mejoda explora distintos formatos o géneros narrativos, como el documental, el video musical y la puesta en escena argumental, siempre de corta duración. Entre 2006 y 2007 realizaron el videoclip de una canción de hip hop *De barrio en barrio*, de los autores Flaco Flow y Melanina, con el que recibieron una Mención de Honor en la categoría de Video Musical del Primer Festival Internacional de Cine de Mompox en 2008. Otras distinciones obtenidas a nivel nacional son el Premio de Periodismo Semana-Petrobras (Mención de Honor en 2007 y Primer Premio en la categoría Mejor Medio Comunitario en 2008).

A pesar de los reconocimientos obtenidos, una de las preocupaciones de *Mejoda* es que la industria cultural en el país y el público en general, aún no valoran las condiciones de producción de las organizaciones de audiovisual alternativo y comunitario como condiciones determinantes de la estética y calidad final de estos trabajos sino que los califican con los mismos parámetros del audiovisual comercial y por lo tanto el video alternativo y comunitario sigue relegado a circuitos marginales. Para Víctor Palacios es necesario que al audiovisual alternativo le sea reconocida una estética y narrativas propias, para comprender que el video comunitario es una acción política con otras funcionalidades distintas a la producción de entretenimiento y relacionadas con un proceso de empoderamiento que se pone en juego con el modelo de producción participativo. Reconocer su estética particular es reconocer lo que políticamente se quiere lograr con esos videos en beneficio de las comunidades retratadas. Su aparente baja calidad responde a la movilización de una comunidad que ha adquirido unos determinados conocimientos técnicos y se arriesga a ponerlos en práctica para contar sus historias y expresar sus problemáticas. En ese sentido el video tiene un valor muy alto para las comunidades participantes en el proceso de creación y se convierte en una herramienta para la discusión y el debate público de la problemáticas tratadas, sin embargo, se queda encerrado dentro de la comunidad; allí es donde comienza el problema de la distribución del audiovisual y de la mirada perezosa que no sabe ver el valor de lo alternativo.

En ese sentido *Mejoda* se dio a la tarea de crear el Festival Nacional de Cine y Video Comunitario de Cali, que, a la fecha, cuenta con dos versiones, 2008 y 2009. Este festival es un espacio para la exhibición, la formación, el fortalecimiento y la construcción colectiva del audiovisual realizado desde y con las comunidades. También es un lugar de diálogo, aprendizaje acerca del valor audiovisual de las

formas alternativas y de encuentro de realizadores comunitarios e independientes, organizaciones populares, productores de televisión local, comunitaria, estudiantes e investigadores. Hay una convicción de que este tipo de canales participativos de comunicación para la exhibición de los videos, potencian la recepción activa y su transformación en iniciativas que evolucionen por sí mismas en otros contextos. El festival se lleva a cabo en escenarios del centro de la ciudad, pero un componente fundamental es llevar a talleristas de alto nivel a barrios periféricos de Cali, y en la última versión, se desplazaron a municipios externos a Cali como Jamundí, Buga e incluso Buenaventura.

PASOLINI EN MEDELLÍN: FICCIONES DE PASADO, MEMORIAS DE FUTURO

Medellín es la segunda ciudad más grande del país, con 3.500.000 habitantes aproximadamente; está dividida administrativamente en comunas. Las 16 comunas se agrupan en 6 zonas, entre las comunas hay unas en especial con un reconocimiento desfavorable por los hechos de violencia que se han desencadenado en la historia reciente, se trata de los barrios de la comuna nororiental que cargan con el peso de una violencia que ha ido cambiando de agentes sociales conforme pasa el tiempo.

También conocida como la capital industrial de Colombia, Medellín tuvo un gran desarrollo del sector textil y de servicios durante el siglo XX. Este crecimiento significó un aumento de la población, debido a la llegada de migrantes provenientes de pueblos vecinos que en la década del 50 ingresaron a las filas de la naciente clase obrera, asentándose ilegalmente en zonas periféricas de vocación agrícola (Vega, Arango, Pérez Quintero, Pérez Marín, 2008). Una crisis en el modelo de desarrollo propició hacia los años 70 el surgimiento de nuevos sectores sociales, como el narcotráfico, que entraron con fuerza a la disputa con el Estado por el poder, facilitando la emergencia de nuevos actores sociales como las bandas de delincuencia urbana y grupos armados ilegales, además del fenómeno del sicariato. Todas estas condiciones hicieron de la periferia de la ciudad un escenario complejo donde las posibilidades de encuentro para los jóvenes eran escasas y su tiempo de vida, mínimo, así como sus espacios de expresión cultural, tal como queda plasmado en *Rodrigo D No Futuro*, de Víctor Gaviria.

En ese escenario desarrolla su trabajo la corporación *Pasolini en Medellín*, que no es una organización comunitaria de base, pero desarrolla todo su trabajo audiovisual en distintos barrios de las comunas de Medellín, tratando de resolver problemáticas que afectan a los jóvenes, desde la realización de audiovisual alternativo y comunitario. Lo que comenzó como un proyecto de tesis de pregrado en antropología visual de la Universidad de Antioquia en 2004 titulada “*Pasolini*

en Medellín, *apuntes para una etnografía visual sobre la periferia urbana*”, se convirtió para Germán Arango, alias *Luckas Perro* y Camilo Pérez alias *Andre Kapoq*, en una corporación y un proyecto de vida. El nombre se debe a la fascinación por la mirada del director neorrealista sobre las periferias romanas. El proyecto de investigación consistía en la organización de unos talleres de realización audiovisual y etnografía con jóvenes, en los barrios de las comunas nororientales, que les permitiera contar sus historias audiovisualmente, de donde resultaron cerca de 14 cortos y la iniciativa de seguir. *Pasolini* se consolidó como corporación y logró gestionar apoyos institucionales para la realización de proyectos, entre ellos cinco videoclips de canciones de grupos de hip hop de jóvenes de las comunas, llamado “*De las representaciones globales a las mediaciones locales: videoclips en Medellín*”. En 2008 el Ministerio de Cultura les otorgó un estímulo del Plan Audiovisual Nacional (PAN) para trabajar en un proyecto de cortometrajes llamado “*Ficciones del pasado y memorias del futuro*”.

La producción audiovisual de *Pasolini en Medellín* parte de una metodología de talleres de sensibilización articulados a partir dos ejes principales, el etnográfico y el audiovisual; son procesos de formación audiovisual comunitaria y capacitación técnica para el registro, por medio de una metodología de producción participativa de video. Se parte de la educación de la mirada sobre la periferia urbana y sus procesos, entendiendo que las ficciones de los jóvenes acerca de sus vidas tienen un valor histórico. El enfoque antropológico se aleja de la postura tradicional de la objetividad científica, y del distanciamiento del investigador frente a su objeto, para entablar un diálogo con el otro y un intercambio de saberes que permiten al otro representarse a sí mismo, en vez de ser traducido, interpretado, representado por el observador.

Pasolini en Medellín aborda la realidad desde la ficción, a través de puestas en escena dentro de videoclips, tratando temas como los derrumbes en zonas urbanas vulnerables, la delincuencia infantil y la drogadicción y el siempre presente fenómeno del hip hop como modo de expresión juvenil. El ritmo logrado en el montaje entre los sonidos las líricas y las imágenes, por una parte representaciones, personajes, espacios, objetos, acciones, y por otro, los distintos tipos de planos, movimientos de cámara y efectos de texturas aplicados a la imagen, se mezclan en un todo potente, que hace de los videos de *Pasolini en Medellín* piezas contundentes que abren discusiones acaloradas acerca de la mirada y la participación comunitaria.

El fuerte de esta organización son los procesos de formación y producción, con los que alcanzan resultados de muy alta calidad, y donde los participantes afirman adquirir un sentido crítico hacia su entorno social que va más allá del barrio en que viven; encuentran otras maneras de contar su realidad y se vinculan así a un proceso de participación política que se ubica en el ámbito de lo simbólico, de lo cultural. Sin embargo, el reto de esta organización es mejorar la exhibición que actualmente se limita a las proyecciones en las comunidades, en la red de

festivales de audiovisual alternativo y comunitario de Cali y Bogotá, y al circuito de la música hip hop underground. Les gustaría mostrar sus cortometrajes en las franjas de exhibición de algunas cadenas de cine comercial, pero los estándares técnicos todavía no alcanzan para eso.

Estas tres organizaciones se destacan en los ámbitos de producción de sentido dentro de las comunidades de origen e intervención y en el de producción de conocimiento en lo relacionado con sus procesos de aprendizaje y enseñanza a través de la práctica y la experimentación. Sin embargo surge la pregunta ¿Qué ocurre en las piezas audiovisuales producidas? intentaré dar respuesta a esta pregunta a continuación.

SOBRE EL VIDEO

Ver para creer

El mundo está lleno de imágenes. Proliferan por doquier. Imágenes producidas por medios cada vez más sofisticados. Palabra, pintura, fotografía, cine, video; cada medio constituye planos concretos de realización con singularidades y estéticas específicas que generan realidades distintas e incommensurables. Si embargo, se le ha otorgado a la imagen fotográfica, cinematográfica y videográfica más poder de realidad que a otros medios, puesto que estos medios hicieron posible la utopía de la mimesis, por siempre deseada por el hombre. Desde la invención de la fotografía, la producción de imágenes con dispositivos de reproductibilidad técnica se fue sofisticando rápidamente y ha convertido la nuestra en una sociedad *indicial*, en donde se ha naturalizado la idea de la imagen fotográfica como índice, es decir, como la huella de una presencia real bajo la luz y por lo tanto verídica, real. *Ver para creer*, reza el dicho y “en la actual videoesfera lo real se define de acuerdo con lo puramente visual. La visualidad es el modo de ser dominante de la realidad. Sólo aquello que salta a la vista puede aspirar al estatuto de lo real” (Cárdenas, 2008, p. 180). Con el cine se lograba construir una imagen que no solo era imitación fiel de la realidad, sino además una re-presentación puramente técnica y por ello aparentemente neutra, deshumanizada, de lo real. Llegó a ser tal el realismo de la imagen audiovisual que ésta se comenzó a confundir con la realidad; se pasó de creer que lo visible era real, a pensar que únicamente y sólo lo visible era real, tenía existencia, excluyendo entonces de la construcción de la realidad toda la porción invisibilizada. Así, el público, como habitante de la sociedad *indicial*, comenzó a construir su realidad a partir de las imágenes vistas en la pantalla mágica.

Con la llegada del video², la imagen que circula y conforma la televisión como medio, que es inmaterial, digital, cifras de bites que viajan instantáneamente a través de las distancias y los territorios por medio de ondas electromagnéticas, la velocidad de actualización de la información se aceleró vertiginosamente. El

ritmo de la información ya no es cotidiano -cual fuera la temporalidad impuesta por el diario impreso- sino instantánea, gracias a la convergencia multimedial y las aplicaciones integradas a teléfonos celulares y redes sociales como Twitter. Esta aceleración no da cabida al análisis en la recepción de las imágenes. En televisión las noticias con sus transmisiones en vivo desde el lugar de los hechos no dan tiempo para la investigación o la reflexión, y con el escudo de fidelidad y neutralidad de la información, toda la selección de mundo hecha por quien detenta el dispositivo de registro de imagen, pasa por despolitizada: construye realidad sin levantar sospecha de toda la porción de realidad omitida. De manera que la realidad elaborada a partir de la recepción es inconexa, fragmentaria, irreflexiva. Eterno presente ciego a la continuidad del tiempo.

Por otra parte, la misma inmediatez de la tecnología de transmisión de señal de video en vivo o diferido, y la multiplicación de dispositivos de reproducción, han permitido que la presencia de la imagen sature todos los ámbitos de la vida; los medios masivos de comunicación se encargaron de llevar imágenes a todos los hogares, logrando una intervención directa sobre los individuos al crear una representación de la realidad, que termina por ser confundida con la realidad misma; entonces el video, a través de la televisión, tiene el amplio poder de orientar la actividad humana de acuerdo con el escenario de realidad que le presenta, crear vida, forma lo social y la sociedad en sí.

Pero, ¿quienes están seleccionando la porción de mundo mostrable e invisibilizando la otra parte? Los llamados medios. Y ¿qué son los medios? Son, según Rincón (2005), sistemas de producción de mensajes (informan), máquinas de contar historias (entretienen) y mediaciones que intervienen en la percepción de la realidad y en la construcción de sociedad, a la vez que son producto de ésta. Detrás de los medios hay grandes grupos económicos que ejercen estrategias políticas encaminadas a la producción, re-producción y legitimación de un cierto tipo de subjetividad que alimente el ciclo de productividad y consumo del cual ellos mismos se ven beneficiados en términos económicos. Aunque no es posible pensar a los medios como dispositivos totalizantes de sobredeterminación de subjetividad, sin duda constituyen una parte del escenario de objetivación del consenso; no son omnipotentes pero difícilmente hay públicos impermeables a sus efectos. Ellos, con su circular veloz e inagotable de imágenes del mundo construyen:

Subjetividad: estereotipos de sujetos con comportamientos determinados en donde encasillar individuos

Lo público: imaginarios, lugares comunes, narrativas con las que relatar la experiencia de vida

Memoria colectiva (historia): qué merece ser visto-recordado y qué no.

OJOS QUE NO VEN, CORAZÓN QUE NO SIENTE: SOBRE LO VISIBLE Y LO INVISIBLE

*Fijar puntos de luz sobre las existencias hundidas en el anonimato... eso hace la fotografía...
Entrada de toda vida en la luz común de una escritura de lo memorable. La historia la escriben
los grandes, los dignos, pero la historia es también el espacio común que comparten los gloriosos
y los infames. Si los infames cuentan su historia y su relato es reconocido como historia también,
entonces la constelación de la historia será más nítida y más brillante.*
(Rancière, 2005)

La construcción de lo histórico en el discurso hegemónico, nacional o urbano, es una construcción política, donde por política se entiende una trama consensual de ocupaciones, visibilidades y discursos preconstituidos y legitimados. Homi K. Bhabha, teórico que piensa la Nación desde su condición de emigrante, habla de dos temporalidades entre las cuales se debate esa construcción semiótica que también es la Ciudad³: la *pedagógica*, o la histórica, cuya lógica es acumulación y continuidad; y la *performativa*, que es la móvil, secular, recurrente y repetitiva: la de la vida en continuo acto presente. De las dos, siempre se ha privilegiado la primera, razón por la cual la ciudad, así como la nación, se piensa en términos históricos y celebra su antigüedad, y no su asombrosa juventud (Cf. Anderson, 1993 citado en Bhabha, 1994). Es así porque impera una lógica política de corte consensual binario, que pone en marcha “*dinámicas de exclusión: lo visible se opone a lo invisible en un sentido mucho más fuerte que la simple relación de antónimos. Cuando algo se hace visible, simultáneamente otra cosa se hace invisible*” (Roncallo, 2008, p. 109). En ese sentido lo marginal, aquello que queda por fuera de las representaciones mediáticas, es invisible y por lo tanto no hace parte del discurso de lo público, se le niega la existencia. Hoy, cuando la visualidad es el modo de ser dominante de la realidad, lo invisible no existe en nuestro marco de realidad. (Cárdenas, 2007).

En la ciudad periférica, que es el lugar de enunciación de los colectivos presentados en este artículo, hay una apropiación del espacio por parte de desplazados que, al llegar a instalarse, tejen comunidad y, al proyectar su ser en el espacio, le dan al lugar una identidad que refleja su historia; aunque la particularidad de la cultura de cada ciudad es el único bien del cual participan y al cual aportan todos sus habitantes (Pérgolis, 2002), a quienes construyen ciudad en las fronteras, este hecho no se les reconoce como tal. Al contrario, en el discurso público ellos son *invasores*, es decir que su vida es tenida como agresión y ocupación anormal; el fenómeno es visto en general como una patología urbana y no como una particularidad de la cultura de la ciudad. El imaginario negativo predomina en el discurso público, alimentado por los medios de comunicación masiva que sólo ponen en escena los crímenes, delitos y tragedias que allí tienen lugar, lo cual incide en la percepción que los habitantes de la ciudad marginal tienen de sí mismos, y genera una actitud pasiva en la mayoría de la comunidad frente al complejo escenario de malestares sociales causados por violencia, pobreza y precarias condiciones de vida. En el discurso comienza a haber una relación de

identificación directa entre los habitantes de las márgenes y sus condiciones de vida, hay una esencialización del sujeto por la cual, todo habitante de la *invasión* es pobre, es violento y es peligroso. Así se construyen los prejuicios que hacen parte del discurso que constituye una ciudad. Los habitantes de frontera quedan atrapados en un limbo, obligados a existir como ese reflejo en el que no se reconocen. La verdadera identidad, frágil e incierta, es invisible a lo medios y de acuerdo con su lógica, inexistente; y puede disolverse en su representación mediática, si no adquiere conciencia de sí misma, a través de procesos de educación popular para la ciudadanía. La marginación discursiva por las representaciones esencialistas en el discurso hegemónico es invisibilización, y los invisibles no cuentan. Los jóvenes de la periferia se sienten marginados, disienten con las representaciones esencialistas y por eso emprenden procesos de subjetivación. “La subjetivación política es el proceso a través del cual aquellos sin nombre -los anónimos- se dan un nombre y toman la palabra; (...) permite que aquellos que no tienen historia se otorguen una”. (Roncallo, 2008, p. 113).

Para los excluidos del régimen dominante, este proceso significa abandonar la condición de anonimidad y hacerse visibles, poner una luz sobre su existencia invisibilizada y por lo tanto inexistente para el discurso de lo público. Este disenso plantea la necesidad, expuesta por Bhabha, de incluir los relatos performativos periféricos dentro del discurso de la nación, o de la ciudad, de una manera suplementaria, ambivalente, donde puedan coexistir las diversas voces que hablan desde las perturbaciones y distorsiones que tienen lugar en los márgenes. Muchos mundos inconmensurables deben poder coexistir en uno solo. Debe darse un viraje hacia una noción de política como posibilidad de re-partir lo sensible, reconfigurar los espacios para que sea posible la coexistencia de lo diverso a partir del disenso.

Esta es la apuesta del activismo comunicativo, que hace resistencia imaginativa a través de la apropiación de medios como el video, con el cual ofrecen otras representaciones de la periferia, que tratan de poner en el espacio en disputa que es el discurso, junto a los relatos dominantes. Con la proliferación de dispositivos de registro y procesamiento de video, aumentó el acceso a la tecnología de producción de imagen en movimiento, y aumentó el número de productores, pero aún no se ha democratizado el acceso a los canales masivos de circulación tradicionales, como televisión y cine comercial. Solamente la Internet, con plataformas colaborativas, puede hacer que un video alternativo llegue a tener audiencias masivas en lo que se conoce como un fenómeno viral. Este es un nuevo modelo de distribución llamado *long tail* (Anderson, 2004) por el cual no se busca que una masa vea simultáneamente un mismo video que está en escena de manera efímera, sino que una multitud pueda acceder a un audiovisual que permanece en el tiempo en un nicho. Esto se vincula a un nuevo tipo de comunicación masiva inaugurada con el activismo comunitario: “El grito del activismo es masivo, no porque se vea en la pantalla masiva sino porque crea movimiento-red-flujo, porque vincula a la comunidad cercana, porque demuestra que si somos competentes en contarnos, porque rompe con la máquina industrial

para ganar la competencia de contar historias desde las temporalidades del afecto y el goce y para estas mismas” (Rincón, 2005, p. 52).

Esa mirada inquieta con la que los jóvenes video-activistas se miran a sí mismos y a su entorno queda plasmada en las realizaciones audiovisuales que producen, y constituye su *régimen de visibilidad*, que sería aquel conjunto de criterios que determinan el *umbral de lo visible* (Cf. Rancière, 2005), aquello que señala una parte de la imagen otorgándole realidad y negándosela al resto; aquello que define lo que se ve, lo que existe y lo que no. Es ese conjunto de criterios políticos con los cuales encuadran, a través de la cámara de video, su mundo, y con los que recogen imágenes capaces de perturbar las lógicas del régimen dominante al mostrar aspectos estratégicamente invisibilizados es el régimen de visibilidad y es lo que hay para ver en los videos alternativos y comunitarios.

MIRÁ' PA' VÉ' (MIRAR PARA VER)

Más allá de la historia que se narra, de los encuadres, los escenarios que se muestran y las actitudes o acciones de quienes se retrata en un video, está la mirada de quien ha seleccionado la porción visible de realidad, que es el régimen de visibilidad. Ese régimen tiene que ver con la *potencia no narrativa* de la imagen, o bien su capacidad de abrir fisuras para que el espectador salga al encuentro de otros mundos invisibilizados por la mirada cultural hegemónica. El audiovisual tiene la capacidad de captar una “verdad de la vida” (Arias, 2007) y fundar con ella una experiencia sensible.

Estos colectivos, al mostrar en sus videos historias y personajes de la cotidianidad desde otra perspectiva y bajo otra mirada, establecen una nueva relación de lo audiovisual con lo político, que ya no está basada en la representación de actos políticos tradicionales, sino en la potencia no narrativa de la imagen, o su capacidad de transmitir al público esas otras formas de mirar la realidad. Entonces allí la relación entre la imagen y lo político deja de estar basada en la representación de acciones políticas y se desplaza hacia la configuración de nuevos *regímenes de visibilidad*, que hacen posible la existencia de un *hombre nuevo*, que es a la vez un ser con una re-configuración de la experiencia que le permite una nueva lectura del contexto y abrirse a nuevas maneras de ser afectado, pero también un sujeto capaz de de-construir significados y establecer nuevos lazos, es decir un ciudadano. Allí donde la imagen despierta en el espectador, al agente, actualiza su potencia política. Es por eso que el acontecimiento de la vida, o de lo inorgánico, en el arte, en este caso en la creación-video, es una forma de resistencia, es decir, es una forma de lo político a través de lo visual. Y no se trata de poner al arte, o al video, o a los medios (las fronteras se difuminan) a cambiar las condiciones sociales de existencia, sino a configurar un nuevo sujeto de percepción, en una lucha que se da en ámbito de lo simbólico. El audiovisual alternativo y comunitario es político porque posibilita nuevos modos de partición de lo sensible, espacios de disenso y perturbaciones del orden dominante.

MIRAR LA MIRADA

Frente a una imagen, y en especial frente a un audiovisual alternativo y comunitario, es necesario hacer el esfuerzo de ver el marco de visibilidad de los productores dentro de la imagen. Tratar de apreciar los procesos de subjetivación política, las identidades, contextos, medios técnicos y metodologías de producción que subyacen al relato y que completan el sentido de las imágenes proporcionadas. Hay que despertar la mirada para poder comprender, y en ese sentido, reconocer ver la potencia no narrativa de la imagen, y entonces dejarse afectar por ella.

Si se logra adoptar esa nueva forma de visualidad, si se logra despertar esa mirada, los canales de comunicación masiva tendrían que modificar sus esquemas para incluir toda la variedad de producciones y se lograría una televisión más incluyente y más diversa compuesta por audiovisuales de muchas duraciones, formatos, temáticas y técnicas. Las políticas públicas de apoyo al audiovisual fortalecerían la exhibición y no la profesionalización, entendida como homogeneización del saber audiovisual, en contraste con la diversidad múltiple como riqueza democrática.

Como espectadores es necesario *abrir la mirada*, es decir, asumir el reto de mirar otras cosas, otras imágenes, otras historias, otras formas visuales que circulan en otros canales, y en ese sentido, apoyar o asistir a los espacios-otros de circulación de audiovisuales alternativos, para entablar diálogos con los realizadores. En el mirar esas imágenes otras, tratar de ver más allá de lo visible, intuyendo a partir de su estética, sus lógicas y medios de producción. Como realizadores es necesario seguir adelante con la producción a pesar de todas las dificultades, experimentar con las técnicas y las formas todo lo posible, y mostrar y poner en público todas sus producciones.

NOTAS

1. MiniDV, es un formato de video SD (Standard Definition): estándar de video para la televisión, con relación de aspecto 4:3, el cuadrado de la televisión y hasta 576 líneas de altura. En la última década, la industria de la televisión inició su viraje hacia el estándar de video HD (High Definition): estándar de video de alta definición diseñado para hacer televisión digital de alta definición y cine digital. La imagen HD tiene un mayor tamaño, con 1080 líneas de altura, que le dan mejor definición a la imagen y su relación de aspecto, varió del 4:3 de SD, a un 16:9 que asemeja a la pantalla rectangular del cine.
2. La fotografía realiza una impresión de las condiciones de luz. El cine es una sucesión de 24 fotografías por segundo. El video reacciona a la luz, transformando su registro en impulsos eléctricos de lenguaje binario.
3. La nación es una comunidad imaginada (Cf. Anderson, 1993 en Bhabha, 1994), es el logro semiótico de una sociedad aglutinada entorno a dispositivos de identidad, como prensa, novela y cine, prácticas culturales y otros signos. Es un relato constituido a partir de un sujeto de identificación, el pueblo o el ciudadano, que tiende a ser esencializado para diferenciarlo más fácilmente de los otros.

REFERENCIAS

- Alape, Arturo. (2003). *La Hoguera de las Ilusiones*. Bogotá: Booket.
- Anderson, Benedict (1993). *Comunidades Imaginadas*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica
- Anderson, Chris (2004). The Long Tail. *Wired*, Octubre 2004. [en línea]. Disponible en: <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html> [Consultado en julio 2009]
- Aprender haciendo: una experiencia de educación dual en artes*. (2004). [en línea]. Disponible en: www.pedagogica.edu.co/proyectos/sentidos/Documentos/LOC%2019%20CIRCO%20CIUDAD.htm [Consultado en enero 2009].
- Arendt, Hannah. (1993). *¿Qué es la política?* Barcelona: Paidós, Pensamiento Contemporáneo.
- Arias, Juan Carlos (2007). De la vida inorgánica a la vida histórica: el cine como potencia política. En Sánchez, R. (Ed.), *Biopolítica y formas de vida*. Bogotá D.C.: Universidad Javeriana.
- Bhabha, Homi. (1994). Diseminación: tiempo, narrativa y los márgenes de la nación moderna, en Romero, D. *Naciones Literarias*. Barcelona: Anthropolos.
- Cárdenas, Juan David. (2007). Video-eficacia y producción de vida, Sánchez, R. (Ed.), *Biopolítica y formas de vida*. Bogotá D.C.: Universidad Javeriana.
- Ciudad Bolívar; cuenta algo de su historia*. (2005) [en línea]. Disponible en: www.bogota.gov.co/decide.php?patron=1.090719 [Consultado en diciembre 2008].
- Colectivo Mejoda*. (2009). [En línea]. Disponible en: <http://colectivomejoda.blogspot.com/> [Consultado en enero 2009].
- Corporación Pasolini en Medellín*. (2009). [En línea]. Disponible en: <http://www.pasolinimedellin.com/> [Consultado en octubre 2009].
- Coryat, Diana. (2008). *Challenging the silences and omissions of dominant media: Youth-led media collectives in Colombia* [Retando los silencios y omisiones de los medios dominantes: colectivos de medios liderados por jóvenes en Colombia]. Manuscrito no publicado.
- Departamento del Valle del Cauca, Colombia (2008, diciembre), *Santiago de Cali* [en línea]. Disponible en: www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=35 [Consultado en diciembre 2008].
- Diario de occidente. (2008, 19 de febrero). “Plan nacional audiovisual, para conocer nuestra cultura” [en línea]. Disponible en: www.diariooccidente.com.co/diarioentr/publicaciones.php?id=51087 [Consultado en diciembre 2008]
- Entrevista a María Cristina Díaz*. Occio Tv (2008, 14 de octubre). [Video] [en línea]. Disponible en <http://occiotv.blogspot.com/2008/10/videoblog-entrevista-sobre-plan.html> [Consultado en enero 2009].

- Fundación Formato 19K. (2008) Asosextas [video] en *Crónicas de Territorio Imaginado*. [En línea]. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=7-peF-pgjWk> [Consultado en octubre 2009].
- Fundación Formato 19K. (2008) Nuevo Milenio [video] en *Crónicas de Territorio Imaginado*. [En línea]. Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=ygDkfy_Iso&feature=related [Consultado en octubre 2009].
- Formato 19K: escuela popular audiovisual*. (2009). [en línea]. Disponible en: <http://fundacionformato19k.blogspot.com> [Consultado en enero 2009].
- Kunci Cultural Studies Center, Engage Media. (2009). *Videochronic: videoactivism and video distribution in Indonesia*. Collingwood: Engage Media. [En línea]. Disponible en: <http://www.engagemedia.org/videochronic> [Consultado en octubre 2009].
- Localidad 19: Ciudad Bolívar*. (2001). [En línea]. Disponible en: www.veeduriadistrital.gov.co/es/download.php?uid=0&grupo=253&leng=es&det=10387 [Consultado en diciembre 2008].
- Occio TV. (24/08/2008). Mejoda, una mención especial para Aguablanca, en *Casa OCCIO/--/El Vlog del Audiovisual*. [En línea]. Disponible en <http://casaoccio.blogspot.com/2008/08/mejoda-una-mencin-especial-para.html> [Consultado en octubre 2009].
- Pérgolis, Juan Carlos. (2002). *La Plaza, el centro de la ciudad*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia, Universidad Nacional de Colombia.
- Rancière, Jacques. (2005). Lo inolvidable, en Yoel, G. (Ed.) *Pensar El Cine*. Buenos Aires: Ed. Manantial.
- Rincón, Omar. (2005). Comunicar entre lo techno y lo retro: activismo y estéticas en experimento. *Signo y Pensamiento*, XXIV (47), 41-53.
- Rodríguez, Clemencia. (1994). *Dissent in the realm of the symbolic: a cross cultural analisis of citizens' media*. [Disenso en el ámbito de lo simbólico: un análisis transcultural de medios ciudadanos]. Tesis de Doctorado para la obtención del título de Doctor de la Escuela de Telecomunicaciones, Ohio University.
- Roncallo, Sergio. (2008). Por una re-partición de lo sensible: disensos y aperturas de nuevos espacios. Una lectura de la estética y la política en J. Rancière. *Signo y Pensamiento*, XXVII (53), 104-127.
- Vega, Jair; Pérez Marín, Mónica; Arango, Germán; Pérez Quintero, Camilo. (2008). Pasolini en Medellín: Jóvenes, Transferencia de Medios y Esferas Públicas Locales, en *Organizaciones Juveniles: ¿Espacios de legitimación, resistencia o alternatividad?* U. del Norte, U. de Antioquia y Colegiatura Colombiana de Medellín [en línea]. Disponible en: www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Com_popular/ponencias/GT15_13PASOLINI.pdf [Consultado en enero 2009]
- Vega, Jair; Pérez Marín, Mónica; Arango, Germán; Pérez Quintero, Camilo. (2008) *Pasolini in Medellín: Notes for a visual ethnography about urban outskirts, four*

years of experience with young directors. Young people, violence and communication, [Pasolini in Medellín: notas para una etnografía visual de periferia, cuatro años de experiencia con jóvenes directores. Jóvenes, violencia y comunicación], [en línea]. Disponible en: <http://www.pasolinienmedellin.blogspot.com/> [Consultado en enero 2009]

Vega, Jair; Pérez Marín, Mónica; Arango, Germán; Pérez Quintero, Camilo. (2008). Pasolini in Medellín Project (part1/3). [Video]. [En línea] Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=dFIgWSETDPI> [Consultado en octubre 2009]

Vega, Jair; Pérez Marín, Mónica; Arango, Germán; Pérez Quintero, Camilo. (2008). Pasolini in Medellín Project (part2/3). [Video]. [En línea] Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=X5zvQPkplHQ&feature=related> [Consultado en octubre 2009]

Vega, Jair; Pérez Marín, Mónica; Arango, Germán; Pérez Quintero, Camilo. (2008). Pasolini in Medellín Project (part3/3). [Video]. [En línea] Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=ffpva5SwmTo&feature=related> [Consultado en octubre 2009]