

# IMAGEN - POLÍTICA

Por:

**Camilo Aguilera Toro**

Profesor de la Escuela de Comunicación Social

Universidad del Valle

Cali, Colombia

leratoro@yahoo.com.br

**Gerylee Polanco Uribe**

Comunicadora Social

Gerylee23@hotmail.com

---

## **Resumen:**

Este artículo recoge algunos de los puntos de partida (y de llegada) del ejercicio de documentación de las actividades audiovisuales desarrolladas por ocho organizaciones sociales del sur-occidente colombiano; ejercicio que ocupó el centro de una investigación reciente sobre procesos de apropiación colectiva de tecnologías audiovisuales en esta región. Tres partes estructuran el artículo: la primera, una retrospectiva rápida de la relación entre tecnologías de comunicación y su distribución social de acceso; la segunda, una delimitación del asunto de interés del artículo, la *imagen-política*, ejercicio que consistió en contrastar sus posibles atributos con otras variantes de imagen: *artística*, *mercantil*, *ideológica*, etc.; y, de otro lado, la indicación de algunos de los desafíos que enfrenta la *imagen-política*, valiéndonos para ello de una revisión teórica del concepto de *movimientos sociales*.

**Palabras claves:** Comunicación, política, cultura, tecnologías audiovisuales, movimientos sociales, video comunitario, imagen.

## **Abstract:**

This article documents an experience in the Department of Cauca, specifically in the indigenous reservation assembled at Association of Indigenous Councils of Northern Cauca (ACIN). This experience, born in 2005, is named Lattice Communications and External Relations for the Truth and the Life. The work of this organization will be described following specially five aspects: its bond with the indigenous movement of the Cauca, its historical process of formation, its conception of communication, its internal dynamics about communicative work and its audiovisual creation and circulation strategies. Before this description, we build a synthetic framework of analysis on the relationship between communication technologies and social distribution of its use.

**Keywords:** communication, policy, culture, audiovisuals technologies, social movements, audiovisual creation and circulation, Department of Cauca, communitarian video, image.

## Origen del artículo

Este artículo hace parte de la investigación *Experiencias colectivas de apropiación de tecnologías audiovisuales en Nariño, Cauca y Valle del Cauca*, financiada por el Ministerio de Cultura de Colombia, la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo/AECID. Dentro de la Escuela de Comunicación, esta investigación corresponde a las actividades del Grupo de Investigación Caligari, del cual hacen parte los autores. El propósito del estudio es servir de base empírica para enriquecer el ejercicio de cualificación del Plan Audiovisual Nacional/PAN, política que desde 2008 impulsa el Ministerio de Cultura. Los resultados íntegros de la investigación pueden ser consultarse en <http://videocomunidad.univalle.edu.co> y en los libros impresos *Luchas de representación: prácticas, procesos y sentidos audiovisuales colectivos en el sur-occidente colombiano* y *Video comunitario y políticas públicas audiovisuales: análisis y recomendaciones*, editados por el Programa Editorial de la Universidad del Valle.



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

Vilma Almendra<sup>1</sup>

La historia de la comunicación mediada tecnológicamente (aquella que se vale de algo más que el cuerpo humano) es el resultado, entre otros, de dos procesos en disputa: uno que tiende a liberarla y otro que tiende a restringirla, esto es, uno que amplía el acceso a diversos actores sociales y otro que restringe su uso en unos pocos. El terreno de las tecnologías de la comunicación visual no ha sido distinto. Roman Gubern muestra, en su ya clásico ensayo titulado sintomáticamente, *Batalla de imágenes*, cómo el cristianismo se debatió entre permitir y prohibir el culto de las imágenes religiosas. Cuando consintió su uso no lo hizo sin arrogarse, por lo menos en ciertas etapas de su historia, el derecho exclusivo de producir las imágenes destinadas a la adoración. Por ejemplo, “durante toda la edad media la Iglesia tuvo en Europa el monopolio de la producción [...] icónica” (Gubern:60). En esos momentos, aunque controlara su producción, permitía su uso y, en ocasiones, incluso, lo promovía: “En [...] una sociedad [...] abrumadoramente analfabeta [...] el adoctrinamiento solo podía efectuarse mediante la oralidad y la imagen, fenómeno que acabaría por desembocar en las famosas *Bibliae pauperum*, compuestas únicamente por imágenes” (Gubern:59). Fomentar su uso por medio de *Biblias para pobres*, sin embargo, no suponía estimular su producción entre los feligreses. Los medios y las técnicas necesarias para esto han sido siempre, en intensidades y modalidades diferenciadas, objeto de control.

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

La paradoja del fenómeno de la concentración de los medios de comunicación es que ocurra justo cuando la tecnología parece, en cambio, capaz de diseminar socialmente su uso. Este fue el caso de la imprenta, cuya historia revela hasta hoy la permanente “contradicción entre los potenciales democráticos de la tecnología y las condiciones económicas y sociales específicas que determinan su aplicación” (Williams: 199). Aun así, algunas tecnologías no dejaban de representar un desafío a la capacidad de la economía y la política de determinar el grado de monopolio de la comunicación: “En contraste con la prensa [...] y la radio, el teléfono fue una tecnología que no sólo permitió sino que alentó las comunicaciones directas persona a persona. Casi lo mismo se puede decir de la fotografía” (Williams:199). El teléfono surgió para fines comerciales mientras la fotografía para fines científicos; sin embargo, aunque no sin retrasos, se extendió su uso a la vida privada de las familias o al menos de aquellas capaces de adquirir los aparatos que una industria cada vez más fortalecida de bienes de consumo ponía a su disposición. Aunque el acceso a estas tecnologías siguió siendo estratificado supuso, no obstante, descentralizar la producción de comunicación. Ocurrió diferente con el cine, cuya producción se concentró con rapidez en pocas manos, generalmente las grandes empresas cinematográficas privadas o estatales (Williams: 202). Solo hasta 1932, treinta y siete años después del natalicio oficial del cine, apareció el primer formato de uso doméstico (8mm), cuyo éxito comercial solo pareció consolidarse tres décadas después con la aparición en 1965 del Súper 8, formato mejorado de menor costo. Como sucedía con la fotografía en sus inicios, solo las clases sociales privilegiadas lograban acceso al cine doméstico. Ya entrada la década de los años treinta del siglo XX la televisión irrumpió con la misma suerte que el cine en cuanto a la restricción de uso, debido no solo a los altos costos de producción, sino a la legislación que hasta hoy limita el acceso. El video corrió una suerte similar, siendo en un principio exclusivamente usado por la gran industria de imágenes en movimiento, en especial, los canales y productoras de televisión.



Sin embargo, en comparación con los equipos cinematográficos, el paso de la producción de cámaras de video portátiles profesionales (1971) a domésticas (1984) fue mucho más rápido. Inicialmente, debido a su alto costo, la adquisición de estas cámaras, como también sucedió con las de cine y fotografía, no superó en Colombia el límite de las familias de clase alta. Más adelante, sobre todo a partir de la década del noventa, su consumo se extiende a la clase media o por lo menos a una porción de ésta. El siglo XXI, con relación al video, da continuidad al aumento progresivo de mayor acceso social a la producción de imágenes y sonidos, pero con una novedad crucial: su fusión con la telefonía móvil y los computadores, tecnologías, sobre todo la primera, cada vez más arraigadas en la vida cotidiana y familiar de las personas<sup>2</sup>.

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



Las expresiones que usan las organizaciones de comunicación que más adelante estudiaremos para denominar el audiovisual son variadas y, en muchos casos, complementarias: *comunitario, alternativo, popular, local, libre, soberano, incluyente, cultural, educativo*, etc. Es producido, según expresan quienes lo hacen, desde *la periferia* o para ser más precisos, desde múltiples *periferias*: *los sectores populares, las “minorías” étnicas, las mujeres, la juventud*, etc. Se trata de un fenómeno nacional e incluso internacional; en este libro no nos ocuparemos de un contexto tan amplio sino de uno con objetivos y alcances limitados: los departamentos del Cauca, Nariño y Valle del Cauca.

Esta delimitación, trazada de acuerdo con el mapa de regiones a partir del cual trabaja el Ministerio de Cultura, resulta tan caprichosa cuanto lo son las fronteras departamentales (¿acaso Buenaventura no tiene más cosas en común con Quibdó que con Cartago?). Por ello, reconocemos la pobreza de esta circunscripción, no sin advertir que, aunque sin preverlo, entraña una ventaja relacionada con su diversidad, no solo geográfica, sino cultural, étnica, socioeconómica, etc.: desde grandes ciudades hasta poblados remotos enclavados en la selva tropical del Pacífico y en las cumbres de los Andes nariñenses y caucanos; desde comunidades afrodescendientes costeras, andinas e interandinas, pasando por numerosos pueblos indígenas (después de La Guajira, el Cauca y Nariño son los departamentos de Colombia con mayor volumen de población indígena del país), hasta mestizos de origen local, pero también provenientes del Huila, el Tolima, el Eje Cafetero, Antioquia, etc.

Como veremos más adelante, los usos del audiovisual que estudiaremos no son un fenómeno reciente, sino que cuentan con importantes antecedentes en América Latina desde, por lo menos, la década de los años sesenta del siglo XX. Si bien la mayoría de organizaciones actuales no conoce esa historia, sí recogen de algún modo una tradición que ha experimentado transformaciones diversas, momentos de crisis y de relativo auge (véase capítulo 2). Este último parece ser la fase actual, sobre todo desde la segunda mitad de la década pasada, cuando ganó fuerza ese tipo específico de significar y usar la comunicación audiovisual<sup>3</sup>. En la región aquí estudiada, son numerosas las organizaciones sociales vinculadas de diferentes maneras y grados a esos usos del audiovisual. En la investigación logramos identificar y ubicar 131 organizaciones de este tipo: 77 en el Valle del Cauca, 34 en el Cauca y 20 en Nariño. La mayor concentración se presenta en las capitales y ciudades intermedias: Cali (41), Popayán (17), Pasto (12), Buenaventura (8), Palmira (6), Cartago (4), Ipiales (3) y Tuluá (2). Aunque en menor número, llama la atención la cantidad de iniciativas que tiene lugar en ciudades pequeñas o en poblados rurales. Se trata, de acuerdo a nuestro inventario, de 27 localidades de este tipo: 4 en Nariño (Tumaco, Pupiales, Tangua y La Unión); 12 en el Cauca (Santander de Quilichao, Sucre, Almaguer, Lerma, Patía, Silvia, Piendamó, La Vega, Miranda, Timbio, Guapi y Tierradentro); y 11 en el Valle del Cauca (Yumbo, Jamundí, Buga, El Águila, Zarzal, La Unión, Caicedonia, Ansermanuevo, Sevilla, La Victoria y Restrepo).

La profusión de estas organizaciones parece ser un fenómeno en ascenso si se comparan los resultados obtenidos en nuestro inventario regional con los resultados de un sondeo similar realizado en 1993, en el que se registró la existencia de 136 grupos audiovisuales en el ámbito nacional (Gómez: 1993). La fuerza actual de este fenómeno se manifiesta también en la existencia de eventos que las aglutinan: el Festival Internacional de Cine y Video Alternativo y Comunitario *Ojo al Sancocho*, realizado en forma anual desde 2008 por Sueños Films, organización de la localidad Ciudad Bolívar en Bogotá; y el Festival Nacional de Cine y Video Comunitario, realizado cada año desde 2008 por el Colectivo Mejoda, organización del Distrito de Aguablanca de Cali. Estos escenarios, entre otros<sup>4</sup>, han permitido el reconocimiento de las diversas organizaciones y el intercambio de experiencias, recursos, saberes y materiales audiovisuales.



## Identidad-alteridad de la *imagen-política*

Proponemos llamar *usos políticos del audiovisual* al fenómeno que aquí presentamos, abstracción que, prevemos y esperamos, levantará sospechas. Parece vaga (y en parte lo es) pero confiamos en, y esperamos poder justificar, su mérito a lo largo de este libro. Para efectos de síntesis, llamaremos a estos usos *imagen-política*. Ésta se distingue (y en gran medida se opone) a ciertos usos ya consagrados de la imagen en movimiento: la *imagen-imagen*, la *imagen-mercancía* y la *imagen-ideología*<sup>5</sup>. La primera habla acudiendo a términos como *arte, expresión, estética, autor y experimentación*; la segunda, en cambio, acude a términos como *eficacia, ganancia y rating*; y la tercera, aunque usa términos muy próximos a los de *imagen-mercancía*, suele sumar otros propios del discurso populista: *don de gente, filantropía y servicio a la patria*.

Una de las máximas de la *imagen-imagen* es el *arte por el arte*, con la que rechaza de plano la idea del arte como *medio*: él sería su propio *fin*. Esta idea recoge la tradición que funda el arte moderno libre de cualquier cortapisa externa que lo moldee. Pierre Bourdieu hace en *Las reglas del arte* (1995) la genealogía de esta tradición, identificando en la fórmula de Gustave Flaubert, *el arte por el arte*, su síntesis. Bourdieu muestra cómo el escritor francés y sus contemporáneos, sobre todo en pintura y literatura, reclamaban un arte emancipado de la religión, de la política (bien sea por la vía de la institución del mecenazgo o del arte en función de la revolución) y de la economía en su forma de la naciente industria cultural del siglo XIX en Europa. El resultado de este empeño habría fundado lo que Bourdieu denomina *campo artístico*, cuyas características son, de un lado, su autonomía relativa respecto de campos plenamente estructurados para la época (el político, el económico y el religioso) y la existencia de un capital cuya distribución entre los agentes del campo es objeto de intensas disputas. Bourdieu lo llama *capital simbólico* o *prestigio* y las luchas desatadas por su acumulación y ostentación darían forma, en alto grado, a las dinámicas de funcionamiento del campo y a la acción de los agentes en él. Así, *el arte por el arte* o *el arte como fin en sí mismo* son postulados cuya validez exige ser matizada para no ignorar la existencia de un capital que, en gran medida, determina las acciones de los agentes y organizaciones involucradas. Como plantea Bourdieu, el lucro simbólico es susceptible de traducirse en lucro económico. Esta conversión puede ser morosa (abundan las historias de artistas cuya obra solo conquistó *prestigio* y derivó en lucro económico muchos años después de haber muerto), pero cabe la posibilidad de que ocurra. Al margen de la validez de esta teoría, cierto es que *el artista* tiende a definir su oficio en oposición a la dimensión económica del mismo; el realizador de la *imagen-imagen* también: “Para mí [Mobyfest] es un proyecto de exploración desde las artes visuales; no un proyecto económico. No disfruto siendo vendedora; disfruto inventando cosas”<sup>6</sup>. Basado en esto, se entiende que algunos de quienes hacen imagen en movimiento desde este paradigma designen su oficio como *video-arte* o *video experimental*.



La *imagen-mercancía*, en cambio, no se ofusca con esos asuntos; sabe que es un medio y de saber serlo depende su sobrevivencia. Esta opera o aspira a hacerlo según las lógicas de producción *fordista* y de la oferta y la demanda; no habla de *obras*, sino de *productos* fabricados en cadena y de forma masiva, en los que debe primar la *factura*, término intensamente usado por sus productores para referirse a cierto estándar de *calidad*. Esta imagen persigue réditos económicos y, cuando le son amenazados, suele ser la que más invoca los llamados *derechos patrimoniales* y la *propiedad privada*; la relación con quienes la *consumen* suele definirse como *rating* o *taquilla*. De esto se entiende que un director colombiano contemporáneo afirme que “mi película no dice nada; no tiene mensaje; no sirve para nada; no es socialmente importante; simplemente su función es que la gente salga feliz. Es entretenimiento puro y duro”<sup>7</sup>.

Los términos en que habla la *imagen-mercancía* son precisos; no admiten ambigüedades ni pudores. Se trata, en suma, de una *imagen en venta*, bien sea directa o por medio de la publicidad como en el caso de la televisión. Como la *imagen-imagen*, la *imagen-mercancía* también tiene una tradición, cuya genealogía omitiremos aquí. Bastará con decir, para efectos del ejercicio que proponemos, que su formación y desarrollo están estrechamente ligados al capitalismo, siendo tal vez Hollywood y las industrias televisivas privadas del mundo industrializado sus principales paradigmas y el *starsystem* y los llamados *géneros cinematográficos* algunos de sus principales productos.

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



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

Como la *imagen-mercancía* y la *imagen-ideología*, la *imagen-política* también se concibe a sí misma como medio, pero para fines distintos. Toma distancia de todas las anteriores, entre otras cosas, pues no es hecha por publicistas ni burócratas (entendidos en su acepción técnica y no peyorativa) sino por *ciudadanos de a pie*, muchos de ellos asociados alrededor de lo que llaman *organizaciones sociales o comunitarias*; no en vano muchos de ellos definen su actividad, en niveles de explicitación y elaboración diferenciados, como *video comunitario*. ¿Qué características resulta posible atribuirle? Una es que las organizaciones que lo agencian suelen dirigir su acción, principal pero no exclusivamente, a los territorios de los que hacen parte (una ciudad, un barrio, una región) y que suelen corresponder a sectores populares de la población.

Esto tal vez explique la concepción de comunicación como *proceso*, presente en todas las organizaciones indagadas, algunas presentando un alto nivel de elaboración. La idea clave en esta concepción es que la comunicación en general y el audiovisual en particular son, como lo expresa el Colectivo Mejoda, “procesos sociales que acompañan las piezas audiovisuales”, esto es, “la construcción colectiva de las mismas, el empoderamiento de las comunidades de estas habilidades comunicativas, la utilización de las piezas audiovisuales en la dinamización de procesos sociales, la incidencia de éstas en las comunidades”. Una estrategia de trabajo que parece aterrizar esta visión de la comunicación como parte de un proceso social más amplio es lo que algunas organizaciones llaman *video-foros*, que vinculan las actividades de proyección de materiales audiovisuales con la discusión extensa en torno a los temas y problemáticas mostrados en los videos. En suma, se trata de una visión de *la comunicación que trascendería la comunicación* o, dicho de otro modo, que buscaría integrar a sí misma otras dimensiones de la vida que incluyen el trabajo de las organizaciones. De allí que varios colectivos consultados definan la suya como una comunicación de “orientación social y política”, “para el cambio social” o “para la verdad y la vida”, una comunicación en función de la experiencia vital inmediata (lo propio y lo cotidiano, pero también lo agobiante y lo inadmisibles). Ello explica por qué algunas organizaciones llaman “comunicación hegemónica” a aquella que daría la espalda a problemáticas frente a las cuales éstas no admiten disipaciones.

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



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

De esta manera, se entiende que una de las organizaciones indagadas hable de la necesidad de “liberar la palabra para derrumbar las barreras que imponen a la comunicación”. Liberar la palabra es, para ésta y otras, liberar la comunicación, socavar el poder de quienes la han monopolizado. En medio, y como resultado de estas disputas, toma forma un *nosotros* que reclama una suerte de *derecho a la autorrepresentación* y al hacerlo echa mano, entre otros medios de producción simbólica, de tecnologías audiovisuales. Estos grupos participan directamente en las luchas de representación que tienen lugar en nuestra sociedad, en las que se confrontan, imponen o negocian significados contrarios de la realidad social.



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

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

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



Aunque acogemos la tradición teórica de analizar la comunicación desde sus vínculos particulares con la cultura y la historia, tomamos distancia de ella cuando, interesada en estudiar la relación entre comunicación y clases populares, concibe a estas últimas exclusivamente en su papel de consumidoras (bien sea de radio, televisión, cine o internet). Pese a que las investigaciones de este tipo suelen otorgar al consumo una dimensión productiva (de allí el uso de términos como *televidente activo*, *receptor denso*, *usuarios*, *resignificación*, etc.), no por ello dejan de eludir los casos en que, más que consumir, se produce comunicación. Aquí buscaremos, por tanto, centrar nuestra mirada más en la producción que en el consumo de bienes simbólicos; cuando ocurra lo contrario, no por ello dejaremos de destacar en el consumo su dimensión política y colectiva (lo que desvirtúa, o por lo menos matiza, la concepción del consumo como una actividad cada vez más *individualizada*: el paso de la televisión localizada en la sala de los hogares para consumo de toda la familia a varios televisores o computadores situados en cada una de las habitaciones sería un ejemplo paradigmático).



### ¿Movimientos de comunicación?

Llegado este punto, proponemos pensar las organizaciones de comunicación cuyo trabajo audiovisual describiremos desde una perspectiva próxima a lo que algunas teorías definen como *movimiento social*: “Acción colectiva que pone en cuestión un modo de dominación social” (Touraine:2)<sup>8</sup>. Esta condición de franca oposición sería la que distingue los movimientos sociales de otras formas de acción colectiva como una empresa, una entidad estatal o una organización de la sociedad civil que, por ejemplo, fomenta exclusivamente el turismo de una localidad. Por ello, los movimientos suelen ser asociados por algunos estudiosos con los conflictos sociales (Touraine; Laclau). Pero ¿en torno a qué tipo de conflictos actuarían los movimientos sociales? Esta pregunta implica primero, para algunos investigadores, distinguir los “viejos” de los “nuevos” movimientos sociales (Touraine; Laclau). Unos y otros corresponderían a estadios históricos determinados y a los tipos de conflictos propios de cada estadio. Estos investigadores asocian el movimiento proletario, especialmente de la última mitad del siglo XIX y la primera del XX con el tipo de sociedad industrial y los conflictos de clase que la caracterizarían: “Hablamos del movimiento operario como un movimiento social central de la sociedad industrial” (Touraine:3). En la misma línea, otros investigadores consideran que los viejos movimientos sociales se basaban en la lucha entre el proletariado y la clase capitalista, y que el concepto de clase sería insuficiente para entender los conflictos en torno a los cuales actuarían los movimientos contemporáneos (Guerrero:18-25); éstos identificarían formas de opresión que trascenderían las relaciones de clase (la guerra, el machismo, el racismo, etc.) y su acción estaría orientada a afirmar identidades que han sido negadas o estigmatizadas (Santos:178). Desde esta perspectiva, las fuerzas de oposición son hoy un conjunto de minorías que se identifican menos con su pertenencia a una clase social y más con su pertenencia a una etnia, un género o una causa concreta (Guerrero:18-25). La identidad entonces se desplegaría como una dimensión estratégica de los nuevos movimientos sociales.

Otra de las distinciones señaladas en la literatura especializada entre viejos y nuevos movimientos se refiere al tipo de luchas y reivindicaciones impulsadas por ellos. Mientras los viejos movimientos se guiaban por principios universales de emancipación (libertad, progreso, revolución, etc.), los nuevos tendrían objetivos limitados y localizados debido a que sus miembros estarían unidos por una experiencia muy concreta de dominación (Guerrero:23). Aun aceptando la preeminencia que los conflictos de clase tuvieron en el surgimiento de movimientos como el proletario y el campesino, algunos investigadores latinoamericanos cuestionan la distinción entre viejos y nuevos movimientos:

En los años 80 [...] resultó [...] una división entre movimientos sociales ‘nuevos’ y ‘viejos’. Los nuevos [...] eran aquellos para los cuales la identidad era importante, aquellos involucrados con “nuevas formas de hacer política” [...]. Las opciones eran movimientos indígenas, étnicos, ecológicos, de gays, de mujeres y de derechos humanos. Por el contrario, los movimientos urbanos, campesinos, obreros y vecinales, entre otros, eran vistos como luchas más convencionales en torno a necesidades y recursos concretos. Sin embargo, como ha sido evidenciado [...], los movimientos urbanos populares, [...] de personas marginales y otros, también despliegan fuerzas culturales [...]. De esta manera, las identidades y estrategias colectivas de todos los movimientos sociales están inevitablemente ligadas al ámbito de la cultura (Álvarez, Escobar y Dagnino: 23-24)<sup>9</sup>.

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

Interpretamos la política cultural como el proceso generado cuando diferentes conjuntos de actores políticos, marcados por y encarnando prácticas y significados culturales diferentes, entran en conflicto [...]. Múltiples son las formas en que la política cultural entra en escena con la movilización de los actores colectivos. Quizás, la política cultural es más evidente cuando los movimientos hacen reclamos basados en aspectos culturales —como, por ejemplo, en el caso del movimiento social negro en Colombia [...]— o en aquellos que utilizan la cultura como un medio para captar o movilizar activistas, como se ilustra en el caso del movimiento afrobrasileño [...]. No obstante, queremos subrayar que la política cultural también es ejecutada cuando los movimientos intervienen en debates alrededor de políticas, intentan resignificar las interpretaciones dominantes de lo político o desafían prácticas políticas establecidas. Por ejemplo: [...] la “hábil guerra de medios” lanzada por los zapatistas en el combate contra el neoliberalismo [...]. Las batallas sobre políticas sostenidas por aquellas feministas latinoamericanas que [...] han penetrado las esferas del Estado o el aparato del desarrollo internacional también deben ser entendidas como luchas por resignificar las nociones prevalecientes de ciudadanía, desarrollo y democracia [...]. La confrontación feminista con tales estructuras [...] involucra [...] la lucha por el poder interpretativo [...]. Los movimientos populares urbanos en Porto Alegre, Brasil, [son] espacios estratégicos donde se debaten diferentes concepciones de ciudadanía y democracia (Álvarez, Escobar y Dagnino:24-26).



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

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

De un modo similar lo entiende Mariano Zarowsky, pero desde la relación entre política y comunicación: “La política no sería una dimensión externa a los discursos y las prácticas comunicacionales —si así fuera lo político sería lo que subyace o se lee entre líneas en el discurso—; sino su apuesta en acto, la política como tal” (Zarowsky:84). Otros investigadores también coinciden con la importancia que la dimensión simbólica tendría para los movimientos sociales y su vinculación al campo de la política:

La discusión alrededor del uso de las palabras a menudo parece una trivialidad; el lenguaje parece ser irrelevante para estas luchas ‘reales’. Sin embargo, el poder de interpretar, y la apropiación e invención activa del lenguaje, son herramientas cruciales para los movimientos (Franco: 278).

En la misma línea, David Slater describe este fenómeno como “guerras de interpretación” en las que está en juego el poder de significación y resignificación de los diversos grupos y clases que componen una sociedad (Slater: 380). Álvarez, Escobar y Dagnino, de su lado, entienden estas luchas en la relación entre *política cultural* y *cultura política*: “En tanto la política cultural de los movimientos sociales establece confrontaciones culturales [...] debemos aceptar, entonces, que lo que está en juego para los movimientos sociales es la transformación profunda de la cultura política dominante en la cual se mueven” (Álvarez, Escobar y Dagnino:27-28); esto implica “transformar los discursos dominantes” (Álvarez, Escobar y Dagnino:33) con la creación y circulación de “contradiscursos” (Fraser:14).

Las articulaciones entre cultura y política tal vez permitan pensar de modo más integral la profusión de movimientos sociales que vinculan sus actividades con el uso de tecnologías de comunicación como internet, televisión, video, radio, publicaciones impresas, etc. Así como los movimientos pretenderían ser una alternativa a las relaciones de poder establecidas, su “producción cultural” (Yúdice:95; Castells, 2002a:1) puede ser entendida como la búsqueda por constituirse en una opción a las relaciones de comunicación de una sociedad. *Alternativo* ha sido un concepto históricamente apropiado y desarrollado por muchos de los movimientos sociales que en América Latina han tenido expresión en el terreno de la comunicación masiva. En 1992, por ejemplo, Alain Ambrosi sostenía que “las actividades de comunicación alternativa tienen lugar en reacción al orden dominante” (1992: XXVIII). En la misma época, en 1989, una experiencia de video en Chile como Teleanálisis se reconocía a sí misma como “video alternativo” que trabajaba desde una “perspectiva de confrontación a los modelos políticos, económicos y culturales impuestos por el capitalismo transnacional” (Santoro:23). En palabras de Luiz Santoro, militante e investigador brasileño de las articulaciones entre video y movimientos sociales en América Latina, Teleanálisis concebía el video como un “medio de agitación cultural electrónica, [...] de guerrilla cultural electrónica” (Santoro:78). Quince años después, en 2004, se constata en algunos movimientos sociales la pervivencia del vínculo entre cultura y política mediante el concepto de *alternatividad*: la “comunicación alternativa” implica la búsqueda de “nuevas relaciones de poder” (Zarowsky:87). En la misma dirección personas ligadas a la emisora radial La Tribu<sup>10</sup>, defienden la idea de que “la comunicación alternativa es la que se dirige contra el poder comunicacional” (Lamas y Tordini:273). Desde este punto de vista, los movimientos sociales no sólo proponen nuevas formas de concebir la política, sino que al vincular su acción con las tecnologías de comunicación forman parte de la “disputa por el sentido de la comunicación en la sociedad [...] y la disputa por los sentidos y las prácticas comunicacionales” (Lamas y Tordini: 270).

Ahora bien, ¿cómo y desde dónde comprender esta apropiación? Algunos investigadores proponen que este tipo de fenómenos son el resultado de “procesos globalizados de [...] hibridación intercultural” (García-Canclini:4). En tales procesos el uso de tecnologías modernas de comunicación no supone la renuncia a *la tradición*, lo que significa decir que estos procesos deberían ser entendidos más en clave de *hibridación cultural* que de *modernización* o, de obstinarnos en esta segunda posibilidad, deberíamos convenir en que se trata de la posibilidad de *otras modernidades* (como lo han planteado García-Canclini y Martín-Barbero) o de *modernidades alternativas* (como proponen Álvarez, Escobar y Dagnino:28). Los usos locales de las tecnologías de comunicación son también usos locales de la modernidad, versiones híbridas que vinculan los adelantos tecnológicos con valores culturales y luchas políticas de larga duración. Algunos investigadores sostienen que por medio de la apropiación tecnológica los movimientos sociales plantean la pregunta de cómo ser modernos y a la vez diferentes, esto es, para el caso de los movimientos indígenas, “cómo entrar en la modernidad sin dejar de ser indios” (Calderón:225). Podríamos pensar, así, que en este proceso de apropiación se moderniza lo indígena tanto cuanto se *indigeniza* la tecnología.

En este sentido, el caso del uso de internet entre muchas organizaciones de este tipo resultaría paradigmático. Con esta tecnología los indígenas multiplican su capacidad de “participar en el intercambio global de información” (Peppino:9); información de orden global, pero también local. De allí que se hable de esta tecnología como “la conexión global-local” que posibilita una “nueva forma [...] de movilización social” (Castells, 2000b:8). Así como lo moderno no en todos los casos negaría la tradición, en la apropiación de tecnologías por parte de grupos sociales como los indígenas, lo global no necesariamente negaría lo local:

Desde finales del siglo XX conviven tendencias que representan dos modos de enfrentar las problemáticas cotidianas: una, hacia la globalización y la transnacionalización, hacia los fenómenos de escala planetaria en las comunicaciones, en los intereses económicos, en los peligros ambientales, en el armamentismo, en los acuerdos e instituciones internacionales. La otra, la revitalización de la localidad, de las raíces ancestrales, se manifiesta [...] en la autorreferencia cultural y simbólica (Peppino:9)<sup>11</sup>.

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

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

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



## Notas

<sup>1</sup> Integrante del Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca (ACIN).

<sup>2</sup> En Colombia, según la encuesta Acceso a Tecnologías de la Información y Comunicación, realizada por el DANE, las tecnologías con mayor presencia en los hogares para el año 2009 eran el televisor (87,4%), telefonía móvil (83,5%), telefonía fija (40,3%), computador (22,6%) e Internet (15%). Estos valores se incrementan al tomar en cuenta sólo las zonas urbanas: 93,6%, 87,9%, 50,9%, 28,3% y 19,1%, respectivamente. Véase: [www.dane.gov.co/daneweb\\_V09/index.php?option=com\\_content&view=article&id=105](http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=105). Para efectos de nuestra investigación, desafortunadamente esta encuesta no indaga sobre tenencia de cámaras fotográficas y de video incorporadas o no en aparatos de telefonía celular o en computadores.

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

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

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

<sup>6</sup> Testimonio de Sofía Suárez, gestora de Mobilityfest: Festival Colombiano de Contenidos para Celular, celebrado en Cali en 2006, 2007 y 2008 que convocaba a creadores de videos (“micro-movies”) hechos con las cámaras que vienen incorporadas en los teléfonos móviles. Además de docente universitaria en el área de artes visuales, es asistente de la dirección artística del Festival Internacional de Cine de Cali. Véase: [www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/nueva-vida-para-septimo-arte\\_45660.aspx](http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/nueva-vida-para-septimo-arte_45660.aspx).





<sup>7</sup> Testimonio del director colombiano Felipe Martínez (en: “Conversación con Felipe Martínez – ‘Yo soy un mercenario, yo he hecho comerciales, a mí me vale verga.’”. *Revista Kinetoscopio*, Medellín, 2007, No. 79, Vol. 17, p. 104), a propósito de su película *Bluff*, estrenada en Colombia en 2007. “Su trayectoria incluye dirección y edición de varios comerciales para televisión, libretos del *reality show* Expedición Robinson-Ecuador, así como del programa colombiano de concursos Pasapalabra”. Véase: [www.guadalajacinemafest08.com/cat/?p=651](http://www.guadalajacinemafest08.com/cat/?p=651).

<sup>8</sup> O como les llama George Yúdice, “formas de acción colectiva” dirigidas a cuestionar y transformar las relaciones de dominación propias de una sociedad (2000:94).

<sup>9</sup> El rechazo a distinguir los *nuevos* y los *viejos* movimientos sociales no implica que estos investigadores desconozcan sus transformaciones experimentadas a lo largo de la historia. Por un lado, destacan el hecho de que los movimientos contemporáneos “cuestionan radicalmente el modo en que debe ser ejercido el poder, en vez de [...] tratar de ‘conquistarlo’” (Álvarez, Escobar y Dagnino:28), como sí sería el caso de movimientos propios de décadas pasadas como el proletario. De otro lado, critican “la noción prevaleciente que plantea que [...] la medida del éxito de un movimiento social es su habilidad para lograr movilizaciones masivas y protestas públicas [...], [pues] cuando se estima el impacto de un movimiento social [...] basado en la educación, el idioma, la reafirmación cultural y los derechos colectivos, debemos considerar que puede no haber [...] manifestaciones para medir puesto que este no es un movimiento masivo que genere protesta. No obstante, habrá nuevas generaciones de estudiantes, líderes, profesores, agentes de desarrollo y ancianos de la comunidad que de alguna manera han sido tocados por el movimiento” (*Ídem*:42).

<sup>10</sup> La Tribu es un colectivo de comunicación de la ciudad de Buenos Aires, Argentina. Nació en 1989 y hoy cuenta con una emisora de radio, producción audiovisual, un centro de capacitación en comunicación y numerosas publicaciones sobre lo que llama *comunicación alternativa*.

<sup>11</sup> Además de la globalización, otro fenómeno, también de implicaciones políticas, económicas y culturales profundas, sería clave para entender el surgimiento y el tipo de acción promovida por muchos movimientos sociales contemporáneos. Se trata del proceso impulsado por el llamado neoliberalismo, en el que el Estado delega al mercado funciones otrora bajo su monopolio. George Yúdice argumenta que debido a la tendencia del Estado neoliberal a encogerse, la sociedad civil ha florecido: “El vuelco hacia la sociedad civil en el contexto de las políticas neoliberales y los usos de las nuevas tecnologías en las cuales se fundamenta la globalización, han abierto nuevas formas de lucha progresista en donde lo cultural es un ámbito crucial de la lucha” (Yúdice: 355).

## Referencias

- 
- Aguilera, Camilo y Polanco, Gerylee (2009). *Rostros sin Rastros: Televisión, memoria e identidad*. Cali: Universidad del Valle.
- \_\_\_\_\_ (2011a). *Luchas de representación: prácticas, procesos y sentidos audiovisuales colectivos en el sur-occidente colombiano*. Cali: Universidad del Valle.
- \_\_\_\_\_ (2011b). *Video comunitario y políticas públicas audiovisuales: análisis y recomendaciones*. Cali: Universidad del Valle.
- Álvarez, Sonia; Escobar, Arturo; y Dagnino, Evelina (2008). “Lo cultural y lo político en los movimientos sociales de América Latina”. En: *Culturas en América Latina y el Perú: luchas, estudios críticos y experiencias*. Lima: Programa Democracia y Transformación Global.
- Arendt, Hannah (2005). *¿Qué es la política?* Barcelona: Paidós.
- Bourdieu, Pierre (1995). *Las reglas del arte. Genealogía y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Calderón, Fernando (1998). “América Latina: identidad y tiempos mixtos. O cómo tratar de pensar la modernidad sin dejar de ser indios”. En: *Revista David y Goliath*, Buenos Aires, No. 52.
- Castells, Manuel (2000a). *La dimensión cultural de Internet*. Disponible en: [www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articulos/castells0502/castells0502.html](http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articulos/castells0502/castells0502.html).
- \_\_\_\_\_ (2002b). *Internet y la sociedad red*. Disponible en: [www.chicos.net/talleresparalideres/1er%20encuentro/3era%20parte/Internet%20y%20la%20sociedad%20red.pdf](http://www.chicos.net/talleresparalideres/1er%20encuentro/3era%20parte/Internet%20y%20la%20sociedad%20red.pdf).

- Colectivo La Tribu (2004). "La radio es sus consecuencias". En: Vinelli, Natalia y Rodríguez, Carlos (Ed.). *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.
- Franco, Jean (2001). "Deponer al Vaticano: el proyecto secular del feminismo". En: Escobar, Arturo; Álvarez, Sonia; y Dagnino, Evelina (Eds.). *Política Cultural & Cultura Política: una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos*. Bogotá, Taurus-Icanh-Pensamiento.
- Fraser, Nancy (1993) "Repensando el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente". En: Revista *Debate Feminista*, México, Año 4, Vol. 7.
- Freire, Paulo (1999). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo xx.
- García-Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo.
- Gómez, Ricardo (Ed.) (1993a). *Puntadas para un sueño: el Movimiento de Video en Colombia y América Latina*. Bogotá: Videocombo.
- \_\_\_\_\_ (1993 b). "O vídeo como prática: para além do vídeo-proceso e do vídeo-produto". En: Revista *Proposta*, Rio de Janeiro, No. 58.
- \_\_\_\_\_ (1993c). "TV Mito y Video Tabú". En: *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*. Ecuador, No. 46. Disponible en: [www.issuu.com/chasqui/docs/name50d404](http://www.issuu.com/chasqui/docs/name50d404).
- Gubern, Roman (1996). *Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama.
- \_\_\_\_\_ (1987). "¿La revolución videográfica es una verdadera revolución?". En: Revista *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*. España, No. 9. Disponible en: [www.quadernsdigitals.net/datos\\_web/hemeroteca/r\\_32/nr\\_339/a\\_4353/4353.html](http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_32/nr_339/a_4353/4353.html).
- Guerrero, Juan Carlos (1996). "Nuevos movimientos sociales: democracia participativa y acción social al final del milenio". En: Revista *Colombia Internacional*, Bogotá, 1996, No. 23.
- Laclau, Ernesto (1986). *Os novos movimentos sociais e as pluralidades do social*. Disponible en: [www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_02/rbcs02\\_04.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_02/rbcs02_04.htm).
- Martín-Barbero, Jesús, (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- \_\_\_\_\_ (2007). "Diversidad y convergencia digital". Ponencia presentada en el Seminario Internacional sobre Diversidad Cultural, organizado por el Ministerio de Cultura de Brasil del 27 al 29 de junio, Brasilia, Brasil. Disponible en: [www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?Id=36](http://www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?Id=36).
- \_\_\_\_\_ (2008). "Lo público: experiencia urbana y metáfora ciudadana". En: Revista *Cuadernos de Información y Comunicación*, Madrid, 2008, Vol. 13.
- Nisbet, Robert (1996). *La formación del pensamiento sociológico I*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Pepinno, Ana María (1998). "Radio educativa, popular y comunitaria: la formación de un nuevo sujeto social". En: Revista *Signo y Pensamiento*, Bogotá, No. 33.
- Santoro, Luiz Fernando (1989). *A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil*. São Paulo: Summus Editorial.
- Santos, Boaventura (1996). *Pela mão de Alice, o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez.
- Slater, David (2001). "Repensar la especificidad de los movimientos sociales: fronteras, cultura y política en la era global". En: Escobar, Arturo; Álvarez, Sonia; y Dagnino, Evelina (Eds.). *Política Cultural & Cultura Política: una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos*. Bogotá, Taurus-Icanh-Pensamiento.
- Touraine, Alain (2006). "Na fronteira dos movimentos sociais". En: Revista *Sociedade e Estado*, Brasília, 2006, No. 1, Vol. 21.
- Williams, Raymond (1992). *Historia de la comunicación: de la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Bosch.
- Yúdice, George (2000). "Redes de gestión social y cultural en tiempos de globalización". Disponible en: [www.globalcult.org.ve/pub/AMII/05-Yudice.pdf](http://www.globalcult.org.ve/pub/AMII/05-Yudice.pdf).
- \_\_\_\_\_ (2008). *Medios de comunicación e industrias culturales, identidades colectivas y cohesión social*. São Paulo: Instituto Fernando Henrique Cardoso. Disponible en: [www.plataformademocratica.org/Publicacoes.aspx?IdRegistro=36](http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes.aspx?IdRegistro=36).
- Zarowsky, Mariano (2004). "Documental 'piquetero': en torno a las modalidades de representación e intervención audiovisual". En: Vinelli, Natalia y Rodríguez, Carlos (Comp.). *Contrainformación: medios Alternativos para la Acción Política*. Buenos Aires, Peña Lillo/Continente.