

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TÍTULO:

**EL USO POLÍTICO DEL VIDEO EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN
DE LA INSURGENCIA SIMBÓLICA Y EN LA REVITALIZACIÓN
CULTURAL IDENTITARIA DE LA COMUNIDAD AFRO CAMPESINA DE
TABLAS**

AUTOR:

ANTONIO JACOB ROMERO ZURITA

DIRECTOR:

DR. LUIS MONTALUISA

QUITO - FEBRERO 2011

Dedicatoria

Este esfuerzo lo dedico a la única institución que realmente es un beneficio para la humanidad; para mi familia. A mis padres por su amor y confianza, a mi hermana por su entereza de mujer libertaria, a mi hermano por ser un digno ejemplo de vida.

Pay mashis!

Agradecimientos

A Ximena; por su compañía y amor; - Gracias Sambita, tuyo también es este logro, gracias por tener los pasos fuertes que han marcado el ritmo de los míos.

A la comunidad de Tablas; por su amistad, confianza y fortaleza, gracias por creer en este proceso de vida y aprendizajes.

A los panas y demás batracios; por sus enseñanzas y excesos, gracias totales.

RESUMEN

En la comunidad campesina de Tablas se vive actualmente un proceso de auto representación. La gente de este caserío de la cuenca del río Mira en el Carchi se ha apoderado del uso del video para contar sus propias historias.

La cultura afro ecuatoriana busca ser retratada a través de la imagen. La visión de sus actores respecto a sí mismo y a su entorno se conversa en el video documental que contiene este estudio de Tesis.

La época de la hacienda, la vida del tren, la inundación del río Mira y la muerte de las comunidades son algunos de los temas que son abordados en este documental que intenta ser la voz de un colectivo social que busca en este producto de imágenes fortalecer su identidad.

De dónde venimos?, Que hacemos? A donde vamos?, Quienes somos?. Son preguntas que aspirara responder la memoria de los hombre y mujeres de Tablas.

- ¿Por qué se llama "Tablas", Don Eusebio?

- No ve que en ese tiempo se erraba mucha tabla acá arriba en San Francisco. De ahí bajaban aquí a la estación del Tren y cargaban la maquina.

- Por eso se llama Tablas?

- Por eso es Tablas.

Esta investigación desea dar otra mirada sobre la vida misma de las comunidades afro descendientes de esta zona.

El uso político del video que se lleva adelante en Tablas responde a un escenario empírico donde la pregunta puede más que la respuesta, sin embargo esta tesis busca aportar desde el nivel teórico al escenario de la comunidad.

La insurgencia simbólica y el empoderamiento mediático son propuestas conceptuales que intentan proponer un sendero de acción entorno a la producción audiovisual, sea esta en Tablas o en cualquier otro poblado del mundo.

ÍNDICE

Introducción	06
Capítulo Uno - La Actualidad de la Comunicación	
1. Antecedentes	09
1.1 La Influencia	09
1.2 La Persuasión	11
1.3 El Control Social	12
Capítulo Dos - La Cultura, el Símbolo y la Insurgencia	
2. Antecedentes	15
2.1 Comunicación y Cultura	15
2.2 El Símbolo: lo Denotativo y lo Connotativo	17
2.3 La Usurpación y la Insurgencia Simbólica	19
Capítulo Tres - El Video. Herramienta para la Insurgencia Simbólica	
3. Antecedentes	22
3.1 La Narrativa del Video	24
3.1.1 ¿Qué es el Video?	24
3.1.2 El Sentido del Video	25
3.2 La Contrainformación y la Apropiación del Medio	26
3.3 La Autorepresentación	28
3.4 La Guerrilla de la Comunicación y el Empoderamiento Mediático	31
Conclusiones y Recomendaciones	
4. Conclusiones y Recomendaciones	34
Bibliografía	36
Anexos	38

La presente tesis juega la suerte de sistematizar un camino de 3 años donde el empirismo y la pregunta marcaron los pasos. Este estudio es una propuesta de acción y activación frente a los tiempos de pasividad y apatía.

Lo que aquí se señala no intenta ser un manual, ni tampoco debe ser tomado a la ligera. Aquí se expone un marco teórico que engloba a una práctica de vida; la vida que se está construyendo en la cuenca del río Mira, en una comunidad llamada 'Tablas'.

Las propuestas planteadas en este escrito nunca querrán ser comprobadas sino mejoradas. La autodeterminación de los pueblos, la insurgencia simbólica, el empoderamiento; no son caminos que puede ser comprobados o tachados de exitosos.

INTRODUCCIÓN

Las relaciones sociales y de poder tienden a debilitarse con el embate de la cultura oficial. La condición adocotrinarate de las industrias culturales de occidente hace que la sociedad viva en un estado de sometimiento y sumisión.

El pensamiento hegemónico se cimienta en la funcionalidad de los medios masivos de comunicación quienes han asumido un rol preponderante en la transformación de la identidad cultural de los pueblos.

El aislamiento al mundo real que plantean las nuevas tecnologías de la comunicación ha conformado una conducta social ajena a la esencia colectiva de la humanidad. El individualismo y el consumismo son doctrinas ideológicas que dan sustento al estado de las cosas, estas doctrinas son recitadas como misa a través de las TICs. El catecismo mediático es el escenario ideal para el control social, los medios de comunicación representan a un minúsculo grupo de la sociedad que lo domina todo.

Esta investigación busca aportar en la deconstrucción del pensamiento hegemónico que tanto a funcionalizado y condicionado las relaciones humanas.

El dominio del pensamiento racional ha negado la existencia de muchas verdades. La racionalidad occidental a calado profundo en los imaginarios sociales, el ser humano está perdiendo la posibilidad de sentir la espiritualidad de los otros y de sí mismo. El sentido homogenizante que le otorga occidente a las verificaciones científicas nos está volviendo hombres y mujeres insensibles contruidos de microchips, pantallas planas y mucho maquillaje.

La cultura de masas entiende a los pueblos como seres amorfos; acríticos, audiencias. Individuos excluidos de la toma de decisiones por su incompetencia cultural e incapacidad de auto gobernarse.

Esta perenne exclusión que han vivido los pueblos, se agudiza en la historia de los afro descendientes del Ecuador. La cultura oficial y el estado han invisibilizado las prácticas culturales e identitarias de estos grupos herederos de la esclavitud. Dado el escenario de discriminación histórica de los pueblos afro descendientes es natural pensar que el uso y acceso a los medios de comunicación les ha sido negado.

La posibilidad de los pueblos de contar historias propias, con actores propios, desde sus propias visiones, con sus propios discursos y para su propia gente sigue siendo una certeza anti comercial y de muy poca rentabilidad para la lógica capitalista y oficial de producción audiovisual.

Tablas al igual que otros caseríos se encuentra en el anonimato. El país está poblado de millones de comunidades desconocidas, habitadas por personas sin rostros. La pobreza es el único factor por el cual son mencionados estos individuos que cuantifican las frías estadísticas y censos.

El rol político de la comunicación debe contribuir a la lucha de los saberes, a la insurgencia del corazón del dominio de la razón. La comunicación tiene como tarea hacer visibles los rostros de lo invisible, devolverle la voz al que se la privaron.

Las tecnologías de la información deben universalizar su uso y dominio. El video, la radio, el cine, la televisión, el internet, deben estar al alcance de todos y todas, comunicar no es un privilegio es un derecho. Los medios deben estar al servicio de necesidades comunicativas de la gente común.

La comunicación debe acercarse al mundo del sentido para poder comprender el sentido del mundo; debe comprender desde lecturas denotativas y connotativas los universos simbólicos de sentido que los seres humanos y las sociedades tejen y construyen a través de su cultura.

Utilizar las herramientas comunicativas para manifestar criterios y sentidos de la comunidad puede ser a la larga un arma de poderes asombrosos para la construcción de sociedades más justas, inclusivas y solidarias.

Se busca encontrar en la práctica y el desarrollo de la producción audiovisual elementos narrativos que contribuyan a la desmitificación de los saberes del egoísmo; a la deconstrucción del pensamiento totalitario positivista y de los sentidos banales otorgados por el capitalismo a la convivencia social.

Dotar de herramientas tecnológicas históricamente negadas al pueblo posibilita reinterpretar el nivel simbólico desde el lenguaje audiovisual. Reforzar la memoria histórica y el sentido simbólico de las sociedades debela un método que busca

revitalizar las prácticas culturales en proceso de destrucción y aportar a la autodeterminación de los pueblos.

Esta investigación busca sumar a la comprensión y lectura crítica del ejercicio comunicativo. No existe comunicador apolítico y neutral. El comunicador debe comprender las potencialidades comunicativas y políticas de las TICs.

Las mal comprendidas audiencias tienen criterios, responden a un entorno cultural, son humanos y por ende construyen símbolos con sentidos. En los tiempos modernos; el video, la fotografía y la imagen son capaces de construir acuerdos social que pueden cambiar la correlación de fuerzas a favor del movimiento contrahegemónico mundial.

La tecnología por esencia no es negativa. La visión que le otorga el mercado a los medios no es la única. La televisión y el video son un magnífico invento. El video puede contribuir a la insurgencia y a la resignificación del corazón humano. Frente al embate mediático de la cultura de masa urge una confrontación en el nivel comunicativo.

CAPÍTULO UNO

LA ACTUALIDAD DE LA COMUNICACIÓN

1. ANTECEDENTES

La modernidad se ha encargado de reducir la comprensión de la comunicación social, cada vez se prioriza más la presencia de la tecnología en el hecho comunicativo de las personas. La dependencia a la tecnología nos está construyendo como seres androides. Este escenario fruto del desarrollo del capitalismo neoliberal está convirtiendo a la humanidad en una comunidad virtual.

El sentido de la tecnología no debe tener un instinto individualizado, la tecnología no es un invento perverso por naturaleza; los medios de comunicación no son contenidos ideotizantes por esencia; todo lo contrario pueden ser una valiosa herramienta que emplea el ser humano para insurgir.

Este primer capítulo intentará aportar a la deconstrucción del rol de los medios frente a la sociedad y de proponer herramientas críticas que sustenten el escenario práctico. El poder para mantener sometidos a los pueblos afecta al criterio de la sociedad utilizando como herramienta a los medios de comunicación.

El uso que le da el poder al medio y a los mensajes no es algo inocente por el contrario, la perversión con la que se manejan los medios masivos revela un escenario donde la influencia, el control social y la persuasión se desarrollan subliminalmente.

1.1. LA INFLUENCIA

Dentro del campo de la sociología la influencia es considerada como un elemento de la causación social, es decir, como elemento característico de un conjunto humano. Una condición natural de los humanos tiene que ver con influir o ser influenciados.

“La noción o termino de <<influencia>> ha de entenderse desde una situación social necesaria a la vida colectiva en todos los tiempos y latitudes. Como los sujetos miembros de cualquier grupo están obligados a relacionarse para cooperar, es imprescindible que exista influencia de unos (individual, colectivamente o por medio de instituciones) sobre otros, al tener que adaptarse entre sí, con la naturaleza y, desde luego, con otros colectivos”¹

La influencia, como señala Roiz es un elemento permanente en la condición humana, lamentablemente esta naturalidad de la influencia ha sido interpretada, valorada y dotada de un fin perverso de persuasión y dominación.

“Cuando las personas se controlan mutuamente, lo hacen en especial por medio de la comunicación”². La comunicación es el canal por medio del cual la sociedad se entiende y convive. En este sentido y reduciendo la inmensidad de la comunicación humana a los medios masivos, se puede decir que estos son la herramienta que emplea la sociedad para comunicarse.

El potencial de la influencia persuasora se transmite por televisión; los contenidos, las imágenes, la información está afectada con la finalidad de influir en las decisiones y criterios de los individuos y colectivos humanos.

“Para los emisores es relativamente fácil producir y difundir significados conductores de influencia, bien en relación con la necesidad de mantener valores y creencias conservadores o en cuanto al voto como forma de participar en la cultura cívica y de elegir políticos; o bien, significados comerciales para estimular el consumo de determinados productos y servicios..”³

Dentro de los contenidos de influencia quien emite suele imponer sus criterios sobre el mundo e incita o provoca acciones a su favor. Todo este beneficio lo logra mediante técnicas semánticas para otorgar sentidos o mediante la repetición de elementos del lenguaje y de la elaboración de frases clave, como eslóganes. Estos elementos caracterizan a los medios masivos de comunicación.

¹ ROIZ, MIGUEL, "La sociedad persuasora, Control cultural y comunicación de masas", P. 67

² SMITH, ANTHONY, "Comunicación y Cultura", P.43

³ ROIZ, MIGUEL, "La sociedad persuasora, Control cultural y comunicación de masas", Pág. 54

Los significados construidos por los medios se los considera como definidores de una situación o verdaderos, llegan a integrarse en el imaginario social como lectura de lo real y por lo tanto puede afectar los acontecimientos posteriores.

“Quienes formamos parte de cualquiera de los tipos de públicos sabemos que los medios hacen algo con nosotros, tanto en el sentido apuntado por McLuhan y sus colaboradores, en cuanto que los medios nos masajean inevitablemente el cerebro, como en el de los teóricos de Escuela crítica de Frankfurt, según los cuales la industria cultural de masas influye decisivamente, porque vincula elementos ideológicos de gran potencia persuasora dentro de sus contenidos”⁴

La influencia actúa de manera fantasmagórica en la mente de los sujetos, los contenidos de los medios deambulan permanentemente en los discursos de la sociedad. Se debe comprender que los mensajes emitidos por los medios masivos no son inocentes, responden a un sentido de dominación. La manipulación que genera la influencia potencia en los sujetos; estereotipos y arquetipos funcionales al sistema. Estas conductas limitan la autodeterminación de los pueblos y por ende potencian la emulación y el consumo de culturas alienantes y sumisas.

1.2. LA PERSUACIÓN

Por persuasivo se comprende al hecho de emplear argumentos, verdaderos o falsos, que por medio de técnicas de carácter lingüístico, semántico, psicológico y psicoanalítico manipulan las creencias, actitudes o conductas de las sociedades en beneficios de quienes emplean la persuasión.

La sociedad de la persuasión ha desarrollado formas y métodos para aplicar sus argumentos. Los grandes pensadores de la sociedad actual se concentran en ocuparse en temas relacionados a la manipulación de imágenes, el marketing político, lo informático y lo informativo, las producción de audiovisuales.

“Cuando nos divertimos o distraemos con alguna actividad de ocio, o bien descansando plácidamente y leyendo o escuchando música en algún aparato reproductor de sonido; e incluso viendo una película en el cine, en la televisión o en vídeo, demostramos

⁴ ROIZ, MIGUEL, “La sociedad persuasora, Control cultural y comunicación de masas”, P. 62

consciente o inconscientemente que estamos de acuerdo con la manera en que la sociedad y sus instituciones (tanto económicas como políticas) nos organizan el ocio. Esta <<dejadez>> o <<comodidad>> colectiva facilita, e incluso estimula, el poder de control de los emisores institucionales, que buscan y consiguen extenderse sobre nuestros gustos y comportamientos, desde los culturales y sociales hasta los políticos e ideológicos”⁵

La persuasión se manifiesta en cualquier espacio de lo cotidiano, el pensamiento libre se dificulta cuando la visión sobre la realidad es viscosa y poca clara. La sociedad persuasiva a tejido bien el terreno de su accionar, los medios masivos son muy funcionales y efectivos con la idea de la persuasión para la dominación. El individuo actual carece de cuestionamientos al estado de las cosas y en parte, no es su entera culpa.

1.3. EL CONTROL SOCIAL

La actividad persuasora da frutos cuando los símbolos y significaciones emitidos por los medios masivos en forma de opinión, información, entretenimiento, publicidad o propaganda se cimientan en el imaginario social. A esta situación de dominación se la llama control social.

La idea del control social centra su interés en evitar la desviación del rebaño. Este sistema de persuasiones se caracteriza por actuar utilizando técnicas psicológicas, lingüísticas y semánticas que inducen a la sociedad a comportarse de acuerdo con las creencias y valores morales de un grupo social.

“Es relativamente fácil, desde fuentes de información y emisores creíbles, provocar o sugerir y con ello producir significados de influencia en conjuntos amplios de personas, utilizando los mecanismos típicos de la persuasión y de la argumentación: por ejemplo, elogiando, menospreciando, autorizando, criticando, apelando a la tradición, etc. El medio básico que se utiliza es la información manipulada lingüística y semánticamente, adquiriendo gran relevancia los códigos (temporales, espaciales, de acción, simbólicos,

⁵ ROIZ, MIGUEL, “La sociedad persuasora, Control cultural y comunicación de masas”, P. 87

etc.), que sirven de apoyo a los mecanismos de producción de sentido”⁶

Los medios masivos, particularmente los audiovisuales son maquinas semióticas, expresan por medio de la imagen digital las significaciones y significados de símbolos, los mismos que dan sentido a la convivencia social.

La imagen es el contenido en sí mismo de lo audiovisual; tal como la letra es imprescindible para lo escrito la imagen lo es para visto.

La forma en que operan los medios para aportar al control social tiene una estructura solida. El contenido transmite símbolos y significaciones que operan y transforman los sistemas de valores, las creencias y la moral de la sociedad. Los medios son funcionalista y por lo tanto mantienen una lógica sistémica en su modo de actuar.

En 1980 Ed Herman y Noam Chomsky identificaron los ingredientes esenciales de esta lógica sistémica del funcionamiento mediático. En su libro “Los Guardianes de la Libertad”⁷ estos autores proponen al Modelo de Propaganda como un sistema de filtros por los cuales atraviesa la información hasta convertirse en un mensaje manipulador y persuasor.

Los llamados ‘filtros de la información’ cumplen la función de coladores de la comunicación. Según Chomsky, los filtros son los mediadores entre la información y la sociedad. Cada filtro responde a una característica y función exclusiva que es funcional al escenario de la persuasión y el control social.

“1) La envergadura, la concentración de la propiedad, la riqueza del propietario y la orientación de los beneficios de las empresas dominantes en el ámbito de los medios de comunicación; 2) la publicidad como fuente principal de ingresos de dichos medios; 3) la dependencia de los medios de comunicación a la información proporcionada por el gobierno, las empresas y los <<expertos>>, información, por lo demás, financiada y aprobada por esos proveedores principales y por otros agentes del poder; 4) las <<contramedidas>> y correctivos diversos como método para disciplinar a los medios de comunicación,

⁶ BARTHES, ROLAND, “Mitologías”, P. 74

⁷ CHOMSKY, NOAM, “Los guardianes de la libertad”, Editorial Crítica, Barcelona, 2003.

y 5) *el <<anticomunismo>> como religión nacional y mecanismo de control*”⁸

Los filtros son el engranaje de los medios masivos, estos elementos debelan al funcionamiento mediático como un formato rígido del cual muy pocos se atreven a salir.

El mensaje transmitido por los medios responde a un sistema social, político, económico e ideológico. En este sentido se puede señalar que “la propaganda es a la democracia, lo que el garrote al estado totalitario”⁹. Esta relación inquebrantable de dominación en un sistema clasista se desarrolla con cotidianidad ante los ojos adormitados de la sociedad.

*“Películas, programas de radio, revistas ilustradas y, sobre todo, programas de televisión están estructurados con objeto de conseguir efectos de evasión: buscan la distracción pura; nunca, o sólo tangencialmente, intentan ofrecer o promover un compromiso, o mantener vínculos simbólicos para la liberación política, social, sexual, económica o familiar”*¹⁰

El control social es una estrategia que emplea a las TICs como sus mejores peones de guerra. La perversión del poder revela una táctica fría y calculadora. El pensamiento racional positivista a enfascado al ser humano en un ser cuantificable. El efecto condicionado que emiten los medios se asume como respuesta en la sociedad como patrones de comportamiento. La reducción de la humanidad a simples audiencias demuestra la homogenización cultural que proponen los medios.

⁸ CHOMSKY, NOAM, “*Los guardianes de la libertad*”, Editorial Crítica, Barcelona, 2003.pág. 22

⁹ CHOMSKY, NOAM, En documental “*La fábrica de consentimiento*”.

¹⁰ ROIZ, MIGUEL, “*La sociedad persuasora, Control cultural y comunicación de masas*”, Pág. 81

CAPÍTULO DOS

LA CULTURA, EL SÍMBOLO Y LA INSURGENCIA

2. ANTECEDENTES

La actualidad de la cultura se encuentra ligada a la presencia de los medios masivos y las industrias culturales en la vida cotidiana. El mensaje homogenizador emitido principalmente empleando discursos audiovisuales, está destruyendo los símbolos tradicionales que dotan sentido a la convivencia humana.

La abundancia de signos y símbolos producidos en occidente responde a un sistema individualizante donde se prima el consumo y la acumulación de capital. El sentido banal de estos símbolos a conformado una sociedad carente de afectos, sueños y perspectivas políticas en pro de la liberación.

2.1 COMUNICACIÓN Y CULTURA

La comunicación entendida desde el pensamiento dominante es considerada como intercambio de información. Aplicando la vieja fórmula; emisor - mensaje –medio – receptor el poder aplica un formato funcional a sus fines persuasivos.

A pesar de esta reducción, el fenómeno comunicativo implica un sin número de acciones y percepciones. Como dice Cesar Ulloa Tapia en su libro ‘Comunicación y Cultura’, *“la comunicación no es únicamente el intercambio de signos compartidos, sino una predisposición para asimilar y crear otros. Es una mejor comprensión, dialogo y consecución de acuerdos entre diversos y diferentes.”*¹¹

¹¹ ULLOA, CESAR, “Comunicación y cultura”, P. 31

Visto desde esta óptica, la comunicación es el ecosistema por donde pululan diversas interpretaciones de lo propio y de lo ajeno. La comunicación posibilita la comprensión del otro por medio de la adscripción cultural de los pueblos.

La cultura y la comunicación no pueden existir el uno sin el otro. Dicha relación se desarrolla en un estado de simbiosis.

“Toda forma de comunicación es, de antemano, una expresión cultural, ya que cada uno de los lenguajes de las personas que conforman una comunidad evidencian la forma como intercambian ideas, establecen contactos, inician las relaciones, formalizan normas de comportamiento.”¹²

Las manifestaciones culturales de las sociedades toman sentido gracias al evento comunicativo. La abstracción de la realidad permite al ser humano explicar su existencia mediante los significantes, significados y significaciones que potencian a los símbolos. El símbolo es aquella construcción humana que abarca una serie de valoraciones profundas sobre la vida misma de los pueblos; es el símbolo el que comunica y representa los sentidos de pertenencia a un grupo otorgados por la sociedad que lo creó.

“Hay una carga profundamente afectiva en la vivencia del símbolo que hace, por ejemplo, que un migrante al encontrarse con un símbolo de su tierra de origen su corazón se cargue de una emotividad que lo lleva a la alegría o la tristeza, a la emoción o a la nostalgia, como la bandera de su país, su comida tradicional o escuchar una canción de Julio Jaramillo; el símbolo debe ser profundamente interiorizado, anclado a una carga profundamente emocional de sentido.”¹³

Esa capacidad creadora de símbolos que identifican a un colectivo social es única de los seres humanos. Lamentablemente dicha capacidad ha sido manipulada por la modernidad quien por medio de la globalización ha utilizado herramientas tecnológicas para degradar el valor del símbolo tradicional y conformar una supremacía de los universos simbólicos de occidente.

¹² ULLOA, CESAR, “Comunicación y cultura”, P. 34

¹³ GUERRERO, PATRICIO, "Corazonar, una antropología comprometida con la vida", P. 138

Los medios masivos son el principal instrumento para expandir y comunicar los usos y sentidos de los símbolos capitalista. Valores como la envidia, la competencia, la acumulación se insertan en los imaginarios sociales como construcciones simbólicas que le otorgan sentido a la convivencia.

“Hoy cuando los medios masivos de des-información nos bombardean de signos que nos van vaciando de sentido, para construirnos como simples hombres de madera, que solo se limitan a ver la apariencia de las cosas, es necesario hacer lecturas connotativas de la realidad, para poder encontrar aquellos elementos ideologizantes que se encierran por ejemplo en la publicidad.”¹⁴

La degradación de los símbolos a cargo de los medios masivos ha posibilitado la consolidación de un poder hegemónico y una cultura de masas. La globalización propone la homogenización del pensamiento y la cultura. La instrumentalización del sentido responder a la cosificación de la humanidad.

2.2. EL SÍMBOLO: LO DENOTATIVO Y LO CONNOTATIVO

Las relaciones sociales, la economía, la política y la comunicación han sido valorados y potenciados desde el predominio de la razón y la lógica de la modernidad. La denotación, vista como método de análisis, ha encasillado al conocimiento humano a la lectura de signos, es decir criterios sensoriales sobre la realidad. La verificación sensorial y la valoración científica invisibilizan distintas interpretaciones de la vida más trascendentales.

El nivel de lectura denotativo de la realidad... es aquel que nos deja simplemente en el nivel reducido del punto, y no nos permite ver que la realidad es más profundamente holística, puesto que además de la percepción sensorial directa, el ser humano, dispone de otro sistema de conocimiento y de lenguaje, que le permite representarse una realidad trascendente... que tiene una dimensión que no es externa, sino interna, profunda, invisible, intangible, inefable... por ello mismo, no puede ser observable, ni captada por los sentidos, ni puede ser entendida desde los parámetros de la lógica y la razón y que, por lo tanto no se

¹⁴ GUERRERO, PATRICIO, "Corazonar, una antropología comprometida con la vida", P. 133

muestra a nosotros a través de signos sino de símbolos¹⁵

El símbolo es un auténtico medio de conocimiento; es aquello que nos permite no presentar, sino representar, la dimensión profunda, no observable de la realidad.

Al símbolo lo constituyen tres elementos fundamentales.

- 1) El significante; que es la parte externa, material, observable sónica del símbolo. Es la parte que hace referencia a la lectura sensorial de la realidad.
- 2) El significado, que se refiere al contenido que se le otorga al significante o signo.
- 3) La significación tiene que ver con el uso social que se hace del símbolo, a este nivel de la realidad se la conoce como lectura connotativa, que es aquella que permite acercarnos a la comprensión del mudo simbólico.

La lectura connotativa enfrenta a la visión limitada de la denotación propuesta por la comprobación científica de la razón. Acercarse a la comprensión del mundo simbólico debela un compromiso por retornar a la esencia de la humanidad, a sus valores perdidos, a los afectos.

Si el signo corresponde al mundo físico, el símbolo corresponde al mundo de la cultura. Esto implica que quienes forman parte de cierta cultura, debe conocer los significantes, significados y significaciones para poder operar en la realidad y tener un sentido de su ser y estar en el mundo.

“La cultura como construcción simbólica de sentido, debe ser entendida además, como una construcción sistémica, compuesta tanto... de materiales observables que están en el nivel denotativo; como también de un sistema de representaciones, ...es decir de una dimensión connotativa”¹⁶

Los universos simbólicos son la matriz de todos los significados necesarios para la acción humana; en este sentido la conducta humana tiene que ser vista como acción simbólica, es decir que está cargada de significados. Los símbolos no son

¹⁵ GUERRERO, PATRICIO, "Corazonar, una antropología comprometida con la vida", P. 126 - 127

¹⁶ GUERRERO, PATRICIO, "Corazonar, una antropología comprometida con la vida", P. 129

exclusivamente construcciones metafóricas sobre la realidad, sino que son referentes de acción social y política y por ello pueden ser instrumentalizados, ya sea para el ejercicio del poder, así como operados para insurgir contra ese poder.

“Todo proyecto de dominación solo ha sido posible a partir de la construcción de nuevos universos simbólicos, de nuevas visiones del mundo y de sentidos de la experiencia humana que se imponen o hegemonizan sobre los dominados, eso garantiza un monopolio más efectivo del ejercicio del poder en su diversas formas”¹⁷

Muy a pesar de esta realidad y conociendo la capacidad creadora de la cultura, se requieren la construcción de otros universos simbólicos que permitan enfrentar la hegemonía del poder. De lo que se trata es de activar procesos de insurgencia material y simbólica, que combatan el poder y la dominación existente y que puedan construir otros sentidos de la existencia, de las sociedad y de los seres humanos, que respondan a sus necesidades, a sus sueños y utopías.

2.3 LA USURPACIÓN Y LA INSURGENCIA SIMBOLICA

La cultura como tejido simbólico es un escenario para la lucha de sentidos por el control de los significados y el poder interpretativo. Como se ha señalado anteriormente, la cultura y sus construcciones simbólicas pueden ser instrumentalizadas ya sea para el ejercicio del poder o para su impugnación.

El poder despoja y degrada a los símbolos trascendentales de sentido social el momento que otorga una distinta valoración de los acuerdos sociales e impone un nuevo orden .A este proceso se los denomina usurpación simbólica.

“Entendemos usurpación como el proceso mediante el cual el poder se apropia, despoja y se apodera de un recurso material o, en este caso simbólico... un proceso concreto de robo, de despojo de bienes simbólicos que son producidos por otra cultura... El proceso de usurpación simbólica es un proceso de usurpación de sentido que tienen los símbolos estos

¹⁷ GUERRERO, PATRICIO, "Corazonar, una antropología comprometida con la vida", P. P. 137

resultan necesarios para la legitimación y ejercicio del poder”¹⁸

La usurpación simbólica genera un sentido transfigurado de la realidad debido a que las interacciones simbólicas que construyen un sentido se vean alteradas y reducidas a un mero intercambio simbólico que degrada el significado original del símbolo usurpado. Esto lleva al empobrecimiento, vaciamiento, exotización, folklorización de los símbolos hasta quedar en meros referentes signícos.

Según Guerrero citando a Baudrillard, la usurpación simbólica está caracterizada por un proceso de reducción semiológica del símbolo. Dicho análisis ayuda a comprender no solo lo insostenible de la arbitrariedad del signo si no su incapacidad para la sustitución de lo real.

“La hegemonía del signo ha transformado todas las dimensiones de la realidad provocando su ficcionalización y virtualización. Asistimos al triunfo de los significantes sobre los significados...”¹⁹

La actual situación de déficit simbólico es consecuencia de vivir en un mundo abarrotado de referentes signícos, resultantes de la multiplicación de imágenes que imponen los medios masivos.

Según Cervino²⁰, la adicción mediática se da por la dependencia de la sociedad hacia las imágenes, las mismas que van minando el poder creador de la imaginación simbólica. La sobreproducción y sobreconsumo de imágenes está generando una pasividad acrítica en los sujetos.

La perversidad de la dictadura de las imágenes creadas por el poder, la sustituciones de los medios sobre las mediaciones se manifiesta en el proceso de fractura de las relaciones de alteridad de la sociedad. *“En tiempos de globalización se generan procesos acelerados para la libre circulación no solo del capital, sino sobre todo de la violencia y el terror. En consecuencia, el otro no existe, es invisibilizado o simplemente construimos otro virtual, existente solo en la frialdad de la pantalla de ordenador, como lo hace el internet”²¹*

¹⁸ GUERRERO, PATRICIO, "Corazonar, una antropología comprometida con la vida", P. 162.

¹⁹ GUERRERO, PATRICIO, "Corazonar, una antropología comprometida con la vida", P. 165

²⁰ CERVINO, MAURO, "Culturas juveniles", P. 22

²¹ CERVINO, MAURO, "Culturas juveniles", P. 18

Ante este panorama de dominación del pensamiento y de la imaginación existen respuestas que han surgido desde la movilización y resistencia social. Se trata de descolonizar nuestras mentes y forjar nuestros sentidos para enfrentarlos a la cultural global de masa.

“Frente a la crisis de la ecología humana y la cada vez más profunda contaminación del espíritu se hace necesario, creemos, entrar en procesos de insurgencia simbólica, de activación militante de una guerrilla de lo imaginario, de una guerrilla antiepistémica que rompa con los paradigmas dominantes de la cientificidad occidental positivista, racionalista e instrumental.”²²

La insurgencia simbólica es un proceso por reconquistar el mundo de lo simbólico, es la otra dimensión de ese proceso de lucha de sentidos que se libra en la sociedad y la historia.

Uno de los mayores triunfos del poder es haber construido referentes simbólicos para el ejercicio de la dominación, han logrado resematizar los significados y significaciones de la vida cotidiana, para construirnos como sujetos sujetos, ahistóricos y sin voluntad propia. Por lo tanto se trata de entrar en procesos de insurgencia simbólica que nos permita reapropiarnos de la cotidianidad, resemantizar o construir nuevos referentes simbólicos contra el poder, reencontrarnos con los otros y con ellos y a través de ellos con nosotros mismos.

“Parece ser que la tarea es empezar a aprender como desaprender lo aprendido, a descivilizarnos, a romper con todos los paradigmas de una civilización que ha sido incapaz de hacernos felices, que nos llenó de todo, pero nos vacío de sentido”²³

Imaginar otros mundos solo será posible si se conforman nuevos universos simbólicos que renacen de la tradición para enfrentar al poder. La insurgencia simbólica es un proceso que tiene que armarse con militancia.

²² GUERRERO, PATRICIO, "Corazonar, una antropología comprometida con la vida", P.176

²³ GUERRERO, PATRICIO, "Corazonar, una antropología comprometida con la vida", P.177

CAPÍTULO TRES

EL VIDEO. HERRAMIENTA PARA LA INSURGENCIA

3. ANTECEDENTES

Las tecnologías de la información y de la comunicación han sido utilizadas con fines de dominación como se ha señalado anteriormente. El fortalecimiento de estereotipos fundados en símbolos capitalista cimienta el estado de sometimiento de los movimientos sociales.

Ante un escenario tan adverso, la pregunta debería replantearse desde el valor crítico de los sujetos y el movimiento contra hegemónico mundial.

¿Cuál debe ser el método para aportar a la descolonización del pensamiento?, ¿Cuál es el aporte de los profesionales de la comunicación a la insurgencia del sentido de los verdaderos valores humanos?

Frente al embate mediático y a la supremacía de opiniones persuasoras de los medios masivos debe existir una respuesta en el mismo terreno. Si los medios de comunicación son propaganda el medio liberado debe ser activación política. El sometimiento que causa el video y la televisión actual propone una respuesta de sentidos y memoria al mismo nivel mediático.

Producir video desde un sentido comunitario aporta a la comprensión de los significados, y significantes que otorga la sociedad humana a la convivencia. La vida comunitaria debe volver a pensarse desde una posibilidad real. Comunicar desde lo propio para los propios, posiciona a esta valiosa herramienta del lado contrario de sus actuales dueños. Los medios de comunicación deben estar al servicio de la sociedad, de las culturas, de la diversidad, de los discursos invisibilizados.

Ningún discurso se hace práctica sin militancia. La ruptura del uso del video debe partir una ética y compromiso revolucionario. El comunicador social debe tener en claro de qué lado juega, si del de la propaganda capitalista o del lado del mensaje insurgente. La disciplina revolucionaria no solo es aquella militar, por el contrario la disciplina revolucionaria es compromiso ético con cualquier método que contribuya a la praxis del pensamiento anticapitalista. Un proceso insurgente no puede armarse sin pasión y amor.

Podría suceder que estas formas no industriales de la comunicación pudieran llegar a ser las formas futuras de guerrillas de las comunicaciones. Una manifestación complementaria de las manifestaciones de la comunicación tecnológica, la corrección continua de las perspectivas, la verificación de los códigos, la interpretación siempre renovada de los mensajes de masas. El universo de la comunicación tecnológica sería entonces atravesado por grupos guerrilleros de la comunicación, que reintroducirían una dimensión crítica en la recepción pasiva. La amenaza para quienes the medium is the message podría entonces llegar a ser, frente al medio y al mensaje, el retorno a la responsabilidad individual. Frente a la divinidad anónima de la Comunicación Tecnológica, nuestra respuesta bien podría ser: "Hágase nuestra voluntad, no la Tuya"²⁴

Creo que es tiempo de renovar el sentido de la comunicación contestaría y alternativa. Es necesario superar el mensaje propagandístico cargado de símbolos de hoces, martillos y 'a' circuladas vaciados de sentido.

El mensaje insurgente debe ser aquel que busca la insurgencia del símbolo cotidiano, aquel que aporte a la deconstrucción de los valores capitalistas en pro de la construcción de sentidos humanos de convivencia y acción comunitaria.

La renovación de la esperanza, la lucha por descolonizar nuestra cultura y nuestra mente debe ser un accionar popular y cotidiano.

²⁴ ECO, UMBERTO, "Para una guerrilla semiológica", En: "La estrategia de la ilusión". P.135

3.1. LA NARRATIVA DEL VIDEO

La construcción del sentido de la sociedad actual se desarrolla entre una proliferación de imágenes emitidas a través de las TICs, cargadas de mensajes alienantes. Habitamos hoy en día una fascinación por la reproducción visual.

“La hipervisualidad de siglo XX va unida al desarrollo de la foto, el cine, el vídeo, la televisión y el ordenador, que son extensiones de la sensorialidad y amplificadores del conocimiento y la imaginación. Los herederos del siglo XXI somos los hijos de las imágenes electrónicas y digitales; un universo donde el vídeo es dios, memoria y futuro”²⁵

Dado el escenario la humanidad debe aprender a pensar con imágenes. *“El vídeo es la cámara y la cámara es una máquina semiótica”²⁶*. La producción de imágenes digitales posibilita al individuo comunicar su lectura subjetiva y cultural de la realidad, su cámara puede relatar la experiencia. El video debe actuar para plantear las cuestiones de la libertad en un contexto de una sociedad cada vez más informatizada y cada vez más dependiente de la tecnología.

El lenguaje audiovisual es un privilegio de aquellos a los que Chomsky llama *“La Clase Especializada”²⁷*. Teniendo en cuenta que el lenguaje audiovisual es a la imagen lo que las tildes a la ortografía, se necesita de leer y escribir imágenes para comunicar sentidos. Es de vital importancia descentralizar el conocimiento audiovisual; la preproducción, la producción y postproducción de bienes audiovisuales debe dejar de ser un lenguaje exclusivo.

3.1.1. ¿QUÉ ES EL VIDEO?

El video es un dispositivo tecnológico audiovisual que con el pasar de los días se está convirtiendo en espacio para el dialogo y el encuentro intercultural. Según Omar Rincón, *“El video, como dispositivo de expresión y creación, se ha convertido en la producción cultural más actual”²⁸* Esto debido en gran parte debido a que el video es un soporte de memoria popular.

²⁵ RINCÓN, OMAR, *"Narrativas mediáticas"*, P. 198

²⁶ MACHADO, ARLINDO, *"El paisaje mediático"*, P. 17

²⁷ CHOMSKY, NOAM; *Los medio de comunicación y la opinión de la élite*, En *"Obras Escenciales"*, P. 92

²⁸ RINCÓN, OMAR, *"Narrativas mediáticas"*, P. 205

Como dispositivo comunicativo, el video provoca sentimientos relacionados con la pertenencia de algún sujeto hacia la historia observada. Es la observación de la cotidianidad y el compartirla perennemente. Es un movimiento antitelevivo, pues rompe con la retorica oficial que observa a la sociedad con fines económicos, que busca inscribirse en la memoria popular, en lo cercano. El video es convivencia que abre los ojos a otros significados y otras explicaciones de la realidad.

La cámara es una máquina semiótica de fácil uso que permite profundizar en la realidad. Las interpretaciones que surgen de la observación de imágenes posibilitan la reflexión audiovisual por medio de la búsqueda de sentidos cotidianos en lo observado.

3.1.2. EL SENTIDO DEL VIDEO

El rol que cumple la imagen y el lenguaje audiovisual en la sociedad es preponderante. El lenguaje audiovisual, como ha demostrado el sistema capitalista, puede dotar de sentido a la convivencia humana.

"La cantidad de imágenes que circulan a través de los medios de información de masas, es lo que llevo a Michael de Certeau a hablar de que hoy vivimos en un estado de semiocracia, es decir el gobierno y dominio de los signos; el mismo que está construyendo un nuevo tipo de hombre, el homo videns como lo definió Umberto Eco... Esta sobreabundancia de imágenes, son la causa para el actual déficit simbólico" ²⁹

Si la imagen ha contribuido a la usurpación del símbolo y la construcción de signos, esta puede retornar a la esencia e insurgir contra el poder. El video puede transformar lo audiovisual y proponer un mensaje insurgente con imágenes.

Como dispositivo tecnológico y teniendo claro el impacto que genera la tecnología en la sociedad, el video enfatiza como condición de su esencia el flujo de formas y significados. El video es un fluir permanente sobre lo sensible; un dialogo y comprensión de otros significados que construyen las diversidades culturales.

²⁹ CERVINO, MAURO, "Culturas juveniles", P. 57

Se ha señalado que los medios de comunicación de masas homogenizan y crean una comunidad en serie. Frente a esto, el video como dispositivo tecnológico y cultural se resiste a ser lo mismo e insiste en descentrar el aparataje de persuasión el momento que se pone al alcance de todas las individualidades y colectividades del planeta. El video expresa la necesidad de involucrarse con ética a producir mensajes con sentido. El video está para ayudarnos a subvertir el estado de las cosas.

“El video es la posibilidad de intervenir el tiempo para fundar un lugar autónomo... nos permite hacer otra historia. El video es un proceso audiovisual de contradicción, renegociación y disputa entre lo biográfico y lo ideológico. Una imperfección, una incertidumbre, una estrategia para la libertad desde lo audiovisual”³⁰

La cámara registra la realidad y la proyecta a la colectividad. Solo falta una cámara para mover el mundo, para producir nuestros mensajes con nuestro propio reconocimiento.

La estética del video responde a la creatividad de quienes producen. Contrario al cine o a la TV, el video carece de formatos rígidos, en este sentido el uso que se le da a la música, a la ambientación, a la fusión entre la escritura y la imagen propone una estética rebelde y contestaría. Dar al video aparte de su función de registro una expresión artística posibilita que se exploren las posibilidades expresivas de la tecnología en relación con las necesidades artísticas de sujeto o colectivo realizador con una lectura de la sociedad y la realidad.

“El video busca ampliar los accesos a las pantallas, intenta traducir nuevas estéticas desde lógicas no exploradas, como las étnicas y las femeninas. Todo con un objetivo: narrar, conectarse con la sociedad, comunicar otras estéticas, otros mundos”³¹

3.2. LA CONTRAINFORMACIÓN Y LA APROPIACIÓN DEL MEDIO

Los movimientos contrahegemónicos durante mucho tiempo han sabido informar los escenarios de la resistencia y la lucha anticapitalista. Por medio de la crítica y la

³⁰ RINCÓN, OMAR, "Narrativas mediáticas", P. 209

³¹ RINCÓN, OMAR, "Narrativas mediáticas", P. 213

ideología los medios alternativos buscan concientizar a la población sobre la estrategia de dominación del poder.

La idea de la contrainformación a sido uno de los escenarios más recurridos dentro de las izquierdas. Las experiencias de comunicación alternativa parten de la demanda de los movimientos sociales sobre la propiedad de los medios. El gran paradigma en los mediados de los 70 eran expropiar los medios de comunicación del poder y apropiarlos para el pueblo.

La apropiación del medio rompió el imaginario de la imposibilidad de comunicar desde un lugar diferente.

Desde esa lógica revistas, fanzines, radios libres, articulan un valioso momento donde el pensamiento crítico emitido por los medios alternativos encuentra respuesta en un pequeño, pero importante grupo humano de la sociedad. El ecologismo, el armamentismo, las culturas urbanas, el feminismo, el GLBT se fortalecen en la discusión teórica de la contrainformación. Una gran cantidad de proyectos mediáticos hicieron suya la labor de divulgar las noticias marginadas por los medios de comunicación burgueses.

Lamentablemente este modelo comunicación alternativa ya no tiene impacto en la sociedad. Los medios alternativos por el hecho de hacer suyos códigos y temas subculturales se especializaron alejándose de la base popular. Los medios alternativos se mueven, ciertamente, en un ámbito muy reducido debido a la jerga y manera de actuar de su base subcultural.

Esta concepción de la contra información es definida por Lovink como modelo megáfono, puesto que se da por supuesto, sin decirlo, una relación causal entre información, conciencia y actuación. Se esconde tras ello, en última instancia, un modelo de comunicación lineal, en virtud de cual basta con sustituir las ideas falsas por las correctas, si las personas tienen oportunidad de oír suficiente tiempo la verdad, algún día cambiarán su opinión y se volverán contra la situación dominante.³²

Se debe evaluar el accionar de los medios alternativos y cuestionarse seriamente su actualidad. ¿Bajo qué condiciones, en que situaciones comunica la contrainformación

³² BLISSET, LUTHER, "Manual de la Guerrilla de la Comunicación", P.189

a los destinatarios una visión crítica?, bajo qué presupuestos y respecto a quién puede tener un efecto de cambio social?

Esto no supone que hayan quedado obsoletas las formas anteriores del trabajo político de los medios alternativos. Sin embargo si propone una revisión al sentido del uso de las herramientas comunicativas y la táctica de ciertos colectivos sociales que han perdido en algo la brújula. Es importante comprender que la información, por si misma, no tiene efecto si no se halla vinculada a una práctica social.

3.3. LA AUTOREPRESENTACIÓN

La falta de reconocimiento de parte de un grupo social hacia otro estigmatiza a este último como portador de una otredad indescifrable. Esta idea cimienta prejuicios incapaces de ver en el otro maneras de entender y de observar la realidad. La visión reducida de la sociedad de masas solo enfoca hacia un determinado frente; lo visible es la verdad, lo invisible no existe.

Esta reducción del pensamiento dominante es aplicable dentro de todos los espectros de la vida social; se excluirá a todos los otros pensamientos que contradigan su doctrina. Lamentablemente la práctica de la contra información y los medios alternativos, han caído en esta reproducción de manera ingenua.

Nuestras sociedades encuentran dificultad en proyectar sobre sí mismas su propia imagen, esto en la medida de la posibilidad remota de ocupar el medio. Como es de suponer las TICs son un privilegio impenetrable y prohibitivo para la mayoría de la población. La producción de imágenes propias es insuficiente.

La ausencia del yo para uno mismo es un tema fundamental un problema vital en el sentido de que no es posible la vida sin presencia del yo. De una u otra forma, estas sociedades se mueven, trabajan, producen y hablan, pero no se ven a sí mismas moviéndose; trabajando, produciendo o hablando. La imagen es esencial si uno quiere verse a sí mismo como otra persona.

Los excluidos reclamamos la descolonización del medio y de las TICs por medio del discurso y la apropiación, sin embargo siempre falta algo.

El proceso de auto-representación no sólo ha fortalecido una tradición local, sino también va definiendo y profundizando una identidad individual. Pese a que no siempre es fácil, los subalternos tienen varias posibilidades de combinar sus propios orígenes con los numerosos aspectos de la modernidad.

“La agencia que experimentan los grupos deprimidos se constituye o se hace explícita a través de un discurso identitario. La pregunta ¿Quiénes somos? Es un punto clave en la producción de videos... los propios practicantes articulan la percepción de sí mismos y hacen una evaluación del modo en que esto ayuda a la lucha política por sus derechos”³³

La autorepresentación es una respuesta desde el uso de la tecnología con fines sociales. La producción de imágenes sobre lo propio, en un entorno propio y para gente propia; legitima un discurso de resistencia cultural.

El video es una representación de subjetividades que pone énfasis en la pregunta ¿quién tiene derecho a representar a quién? Esta pregunta antropológica permite reflexionar sobre la autoría, la autoridad y la autenticidad de la representación. Desde aquí surge la reflexión sobre la relación que se construye entre el realizador y la persona o realidad que es contada.

La autorepresentación consiste en producir significados culturales que tienen una espiral identitaria; así me veo personalmente, así te veo subjetivamente, así nos vemos culturalmente. El video devela modos de representación social. A la identidad se la reconoce también como la autoadscripción de un individuo o colectivo social a un grupo mayor con el que cree o siente compartir rasgos comunes.

“La autoadscripción que hace cada agente a una comunidad es la base sobre la cual se estructura el discurso identitario del video. La experiencia personal de cada miembro delinea diversas identidades entre las cuales se encuentra la indígena. El discurso identitario del video boliviano

³³ IBAZETA, MARIA CELINA; *¿Indígenas a las cámaras? la construcción de la identidad en el video indígena boliviano*, P. 828

expone una manera, entre otras diversas, de conceptualizar la experiencia de ser indígena”³⁴

El caso señalado por María Celina Ibazate se refiere a un proceso de ocupación del video desde la autorepresentación a autoadscipción en las comunidades indígenas de Bolivia. Los videos enfatizan que la única solución al continuo malestar generado por la pérdida material e inmaterial es la organización comunitaria.

La noción de video popular debe inscribir a la tecnología audiovisual con nociones de propiedad e intercambio cultural comunitario que incluyen responsabilidades hacia el futuro de los poblados. Volver a debatir sobre los símbolos y su sentidos tradicionales propone revitalizar los escenarios de la memoria perdida por acción de la persuasión mediática.

Se debe celebrar el aprendizaje por parte del grupo de los excluidos del manejo de nuevas tecnologías y la posibilidad que esto da para estructurar formas propias de narrar. El video intentar crear y fortalecer vínculos entre los excluidos para poder consolidar un frente de oposición masivo y mediático en lucha por libertad.

³⁴ IBAZETA, MARIA CELINA; *¿Indígenas a las cámaras? la construcción de la identidad en el video indígena boliviano*, P.830

3.4. LA GUERRILLA DE LA COMUNICACIÓN Y EL EMPODERAMIENTO MEDIÁTICO

"Podemos tener una actitud cínica frente a los medios de comunicación y aceptar que eso es así y que no se puede hacer nada contra ese poder del dinero. Que se expresa en imágenes, en palabras, en comunicación digital, en sistemas computarizados y que invaden, no en noticias del mundo, sino en una forma de ver el mundo, la forma del poder de como se debe ver el mundo. Decidimos finalmente así es y no tenemos nada que hacer. Otra actitud que podemos asumir es simplemente la incredulidad. Decir, todo lo que digan los medios de comunicación de los grandes monopolios es mentira, no nos interesa y nos conformamos con la vida domestica que tenemos. Hay una tercera opción que no es ni el conformismo, ni el escepticismo o la desconfianza, que es tratar de construir otra forma de dar a conocer al mundo lo que ocurre en sus diferentes partes"

Subcomandante Marcos³⁵

Por guerrilla de la comunicación se entiende al hecho comunicativo que busca aportar a la liberación de la sociedad por medio de tácticas comunicativas que quebranten los conceptos y simbologismos alienantes del capitalismo.

*"Esta reinterpretación de los presupuestos estratégicos del poder mediante tácticas cotidianas es un principio fundamental de la guerrilla de la comunicación"*³⁶.

El concepto de guerrilla de la comunicación hace referencia no sólo a una serie de acciones periodísticas que debelen los intereses de las grandes corporaciones, sino también y sobre todo se debe a una determinada actitud respecto a la democratización de la comunicación; se debe comprender el rol militante del comunicador en la conformación de guerrillas que no tiene un terreno estático, sino en movimiento.

Al igual, que muchos hombres y mujeres se mueven por la selva armando trincheras y emboscadas, en el terreno de la comunicación se debe expropiar y empoderar para ser efectivo a la hora de atacar al enemigo. El propósito revolucionario de estas guerrillas podría aportar a la batalla por la la descolonización mental.

³⁵ CASTELANOS, LAURA, *Corte de Caja, Entrevista al Subcomandante Insurgente Marcos*" P.50

³⁶ BLISSET, LUTHER, *"Manual de la Guerrilla de la Comunicación"*, P.84

La guerrilla de la comunicación no solo debe leer las formas coyunturales en que varia la estrategia del poder y deformar la validez del discurso oficial al puro estilo de la contrainformación, sino además propone volver la mirada a las culturas locales y compartir los tecnicismos de los medios hacia la base con la finalidad de que el pueblo dote de sentido al mensaje emitido por el medio y revalore los saberes locales de convivencia humana.

Como dice el Manual de la Guerrilla de la Comunicación "hay dos propósitos de la política emancipadora que continúan siendo preponderantes: la deconstrucción de los códigos dominantes y la difusión de códigos alternativos o emancipatorios propios"³⁷

El valor de lo propio, como se ha señalado anteriormente, lo puede dotar al autorepresentación. La posibilidad de verse a si mismo y comprender desde otro sentido la realidad de sometimiento y de control social aporta a abrir los ojos para insurgir.

La fuerza de la guerrilla no está enteramente en sus soldados, su fuerza está en la aceptación del proceso en las bases. Las tácticas que empleen las guerrilla de la comunicación solo serán efectivas, cuando no se integren en las redes de estrategias como acciones aisladas o individuales, sino que vayan asociadas a una estrategia consciente, colectiva y comunitaria.

El video al igual que cualquier herramienta comunicativa debe tener como lugar base a la cultura de los pueblos. No existe proceso revolucionario si se busca imponer doctrinas revolucionarias usurpando los sentidos de símbolos comunitarios para la legitimación de un determinado poder.

El mensaje insurgente debe trascender la estética del pasquin contrainformativo cargado de hoces, martillos y a circuladas, y cimentarse en los universos simbólicos de los pueblos. El rol político del video; debe aportar desde el potencial semiológico de la imagen digital a revalorizar lo tradicional y a estructurar lo insurgente.

El video adquiere carácter insurgente y es empoderado cuando intenta hacer visibles y conscientes unas relaciones de poder naturalizadas y no expresadas, unos aspectos

³⁷ BLISSET, LUTHER, "*Manual de la Guerrilla de la Comunicación*", P.184

reprimidos o normalizados de las relaciones sociales y aportar por su carácter mediático a la organización popular.

El empoderamiento del medio tiene que ver con el rol político insurgente que debe tener el contenido, el mismo que debe primar el sentimiento y la sensibilidad humana frente a lo argumental e informativo. El poder que le entregue la gente al medio dependerá de la aceptación del proceso en el imaginario social.

"La guerrilla de la comunicación no es una estrategia, sino una táctica. Su fuerza más bien se basa en su movilidad, en su capacidad de inventar siempre nuevas acciones que puedan abortar los intentos de recuperación y asimilación del pensamiento dominante."³⁸

Este proceso podría servir de punto de partida para un estrategia de las tácticas subversiva del movimiento contrahegemónico mundial; se trata de valerse de los sentidos que los individuos dan a la convivencia humana, hacerlos conscientes y articularlos de manera políticamente efectiva. La guerrilla de la comunicación es el intento de provocar efectos subversivos mediante intervenciones en el proceso comunicacional.

³⁸ BLISSET, LUTHER, "Manual de la Guerrilla de la Comunicación", P.186

CAPÍTULO CUATRO

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El proceso que se vive en la comunidad de Tablas es un camino de incertidumbres y paginas sin respuestas, es un paso al abismo. Sin embargo, esta bruma que sobrepasa a la planificación clásica ha debelado un método de acción que actualmente tiene convocatoria.

El rol del video, como se ha descrito con anterioridad depende de quien lo produce. Los profesionales de la comunicación deben tener en claro su posición en el escenario político. Se debe definir de que lado se construyen mensajes, si del lado de la reproducción de estereotipos o por el contrario, del lado de la producción creativa y popular. Ningún proceso de cambio se lo construye sin militancia.

El acercamiento de la tecnología audiovisual con la comunidad en Tablas se dio de una manera improvisada. La destreza sobre las cámaras en jóvenes y niños/as se ha desarrollado atreves del descubrimiento. Existe en las nuevas generaciones bases de un lenguaje audiovisual aprendido por medio de la observación de la televisión.

Lo vivido en la comunidad demuestra que no es necesario impartir el conocimiento de la manera clásica; es decir maestro - alumno, sino más bien a través de la constante práctica y el acompañamiento, sobre todo en la composición fotográfica.

El cotidiano registro de imágenes no solo aporta a la destreza sobre la cámara, sino además aporta al reconocimiento de la realidad por medio de un elemento anteriormente negado. El lenguaje audiovisual aporta desde una dinámica distinta al fortalecimiento de la identidad local.

La auto representación es un paso importante para la autovaloración y definición del curso histórico de las colectividades. El hecho de verse a sí mismo, de ver al otro y

por medio de ese otro mirarse en conjunto como parte de una cultura desarrollándose cotidianamente es una de las posibilidades que brinda el video. Este genera un hecho valorativo distinto sobre la realidad.

Volver a conversar sobre un evento o una historia ejercita a la memoria, elemento que está en desuso en la actualidad. Los seres humanos ya no recuerdan de donde vienen solo les importa saber a dónde van.

El empoderamiento mediático responde al valor insurgente que le da el pueblo al medio y mensaje, es la posibilidad de descolonizar el pensamiento de símbolos alienantes y de sembrar acuerdos comunitarios empleando el mismo medio del cual se vale el poder para minar los intentos por conseguir la libertad. Sin embargo dicho proceso todavía no es un certeza en Tablas.

La idea de construir procesos de insurgencia simbólica solo se harán realidad en la medida que las comunidades incorporen en sus discursos, elementos deconstructivistas en sus relaciones cotidianas. La insurgencia debe ir de la mano con la autodeterminación de los pueblos, no es una receta a seguir es un proceso de fracasos y aprendizajes.

El video debe estar al servicio de la comunidad y de sus necesidades comunicativas. El sentido que le entrega la comunidad a la imagen digital y al video se conforma en la medida que su presencia se vuelve cotidiana. La comunidad de Tablas le ha entregado al video el valor del ser un mensaje perenne para los otros; familia, vecinos y amistades.

El camino que se está trazando en la comunidad de Tablas es un sendero de descubrimientos y anti certezas. Por esto mismo es apasionante. Es la eterna pregunta lo que propone un espacio para el criticismo. Las respuestas a estas preguntas deberán ser nuevas preguntas sobre el curso del método, sobre el uso político insurgente del video.

¿Lo que se propone como teoría puede llegar a tener una praxis?. ¿Se puede aportar desde el uso político de las TICs a la lucha contrahegemónica mundial?. ¿Puede el video y la imagen digital deconstruir los signos alienantes del capitalismo y conformar, junto al resto de saber populares nuevos códigos de convivencia humana?.

BIBLIOGRAFÍA

En Orden Alfabético

- ❖ BARTHES, ROLAND; “*Mitologías*”; Editorial SIGLO XXI; México, 1980

- ❖ BLISSET, LUTHER, *Manual de la Guerrilla de la Comunicación*, Editorial Virus, Barcelona, España, 2000.

- ❖ CASTELANOS, LAURA, *Corte de Caja, Entrevista al Subcomandante Insurgente Marcos*" Grupo Editorial Endira Mexico 2008.

- ❖ CERVINO, MAURO; "*Culturas juveniles*"; Editorial Abya-Yala; Ecuador, 2001

- ❖ CHOMSKY, NOAM; “*Los guardianes de la libertad*”; Editorial Crítica, Barcelona, 2003

- ❖ CHOMSKY, NOAM; *Los medio de comunicación y la opinión de la élite, En obras Escenciales*, Editorial Crítica, Barcelona, España, 2002.

- ❖ ECO, UMBERTO, "*Para una guerrilla semiológica*", En: "La estrategia de la ilusión", Lumen/De la Flor, Buenos Aires, 1998

- ❖ GUERRERO, PATRICIO, *Corazonar, una antropología comprometida con la vida*, Editorial Litocolor, Asunción, Paraguay, 2007

- ❖ IBAZETA, MARIA CELINA; *¿Indígenas a las cámaras? la construcción de la identidad en el video indígena boliviano*, 2001

- ❖ MACHADO, ARLINDO, *El paisaje mediático*, Editorial UBA/Libros de rojas, Buenos Aires, Argentina, 2000.

- ❖ RINCÓN, OMAR, *Narrativas mediáticas*, Editorial Gedisa, Bogotá, Colombia, 2001

- ❖ ROIZ, MIGUEL, “*La sociedad persuasora, Control cultural y comunicación de masas*”,2001

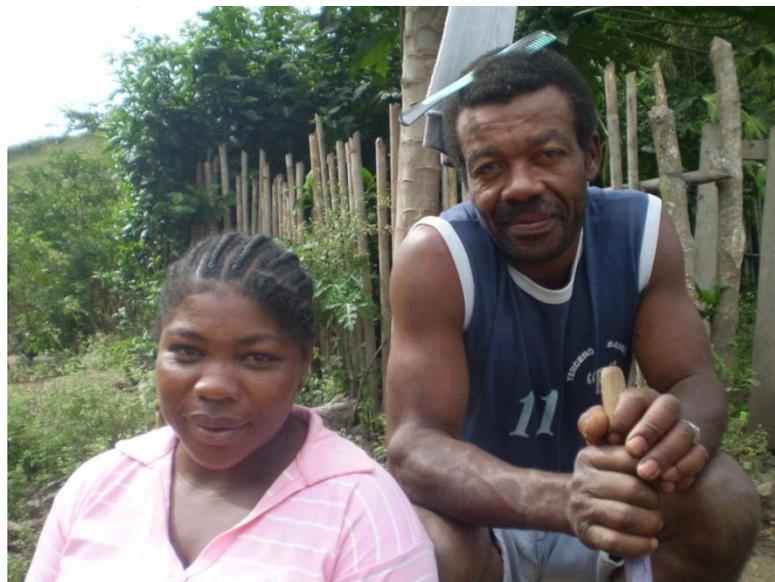
- ❖ SMITH, ANTHONY, *Comunicación y Cultura*, Editorial Nueva Visión, Buenos Aires, 1972.

ANEXOS

**ANEXO DOS - FOTOGRAFÍAS REALIZADAS POR MIEMBROS DE LA
COMUNIDAD DE TABLAS EN UN EJERCICIO DE
AUTOREPRESENTACIÓN**



Santiago y Jefferson Santacruz haciendo video.



Elsi Minda y Eusebio Santacruz en las primeras horas de la mañana.



En las fiestas la virgen Dolorosa recorre toda la comunidad. Camina entre las casas arrullada por los cantos de las señoras.



Anahí, Santiago y Mishell descansan sobre las rocas que limitan al río Tablas.



Joel y Angel juegan sobre la linea que algún día cargo al tren.



Día de práctica. Grabando el río Tablas. Xavier, Danny, Iñaqui, Jefferson, y Toño.



Día de práctica. Camino a la Chorrera. La Micha con la cámara.



En la época de coger tomate todo el mundo pone la mano. Jorge ayuda a su papá a colocar los tomates en las cajas y a llevarlas a la vía.



Día de práctica. grabando "Memorias de Tablas". Entrevista Don Lauro. Santiago, Iñaki, Gonzalo y Toño.



Walter tomando fotos en la fiesta de Tablas, atrás el partido va empatado.

ANEXO TRES - FICHA TÉCNICA VIDEO: MEMORIAS DE TABLAS

VIDEO: Memorias de Tablas

AUTOR: Antonio Romero Zurita

EDITORA: Punto Producciones & Antonio Romero Zurita Producciones

DURACION: 17:12

REALIZADOR: Antonio Romero Zurita

DIRECTOR: Antonio Romero Zurita

DIRECTORA EJECUTIVA: Ximena Paltán Obregón

PRODUCTOR: Antonio Romero Zurita

ANEXO CUATRO - GUIÓN VIDEO: MEMORIAS DETABLAS

N°	IMAGEN	AUDIO
		<u>Entrevista:</u> ¿Cómo es Tablas?, ¿Por qué se llama Tablas?
1	Tomas locativas de la cuenca de río Mira, San Juan de Lachas, el Terminal de buses de Ibarra, Tomas en movimiento	
		<u>Narrador:</u> La comunidad campesina de Tablas se encuentra ubicada en la provincia del Carchi, Cantón Mira, parroquia Jijón Caamaño. Para llegar a este lugar se debe tomar el bus desde Ibarra que se dirige a San Lorenzo. A una hora y treinta minutos de carretera el paso de San Juan se Lachas aparece como puerto que conecta a Tablas con el resto del país.
2	Plano medio personaje	
		<u>Entrevista:</u> ¿Cómo se llega a Tablas?
3	Tomas de vegetales y animales	
		<u>Narrador:</u> La condición climática de esta zona posibilita el crecimiento de cantidad de vegetación; árboles frutales se funden entre maleza y flores salvajes. El color verde intenso propone el ambiente ideal para el juego de mariposas y libélulas.
4	Tomas panorámicas de paisajes, dibujos de Guaman Poma sobre la conquista, secuencia de planos de día de cosecha y trabajo campesino.	

		<u>Narrador:</u> La Cuenca del río Mira y esta zona estuvo originalmente ocupado por grupos étnicos ancestrales: Lachas, Quilcas y Malabas. Los indígenas obligados a trabajos forzados comenzaron a morir, esta situación y la falta de mano de obra para la agricultura fue el pretexto para la comercialización de esclavos provenientes del África.
5	Planos medios y primeros planos de personajes. Imágenes de la comunidad; paisajes, cultivos de tomate, personas en su cotidianidad.	
		<u>Entrevista:</u> ¿Cómo era la vida en las haciendas? Anecdota de los antiguos sobre sus conocidos
6	Tomas de casas, paisajes y animales	
		<u>Narrador:</u> Tablas se fundó más o menos en el año 1940. Era pura montaña en donde había 'culebra brava
7	Plano medio personajes, tomas panorámicas de la comunidad.	
		<u>Entrevista:</u> ¿Cómo se fundó Tablas?, ¿Quiénes fueron los primeros pobladores de este sector y cómo llegaron?
8	Tomas línea férrea, gente caminando, campesinos trabajando, vegetación, fauna.	-
		<u>Narrador:</u> La llegada del ferrocarril significó una dinámica desconocida hasta ese entonces para los pobladores de estas zonas. La producción agraria empezó a incrementarse, a botarse el bosque porque había la posibilidad de comercializar los productos y vender la madera.
9	Plano medio y primer plano de personajes, tomas de la estación de Tablas y línea férrea, túneles de tablas.	
		<u>Entrevista:</u> ¿Cómo era la época del Tren?, ¿Cómo se construyó la línea del tren?

10	Tomas de registro sobre inundación de río Mira.	
		<u>Narrador:</u> En mayo del año 2000 la creciente del río Mira destruyó la línea férrea situación que desconectó este medio de transporte con las comunidades.
11	Plano medio y primer pano de personajes, imágenes de la línea del tren destruida	
		<u>Entrevista:</u> ¿Qué paso ese día, donde estaban uds?
12	Imagen cotidiana de la comunidad.	-
		<u>Narrador:</u> Muchos de los problemas que habitan en Tablas tienen sus raíces en la herencia esclavista. La Hacienda permitió la concentración de la tierra y por tanto el monopolio de la producción que existe hasta el día de hoy. El escenario de pobreza ha obligado a la población adulta y joven de la comunidad a buscar fuentes de trabajo en las ciudades. La migración campo – ciudad se desarrolla en el sentido de encontrar salidas a la agobiante situación del campesino.
13	Planos de ubicación de Ibarra, planos generales de paisajes, planos medios y primeros de personajes.	
		<u>Entrevista:</u> ¿Por qué la gente decide irse de la comunidad hacia las ciudades?
14	Imágenes de las fiestas de Tablas 2010, baile, banda, juego, desfile de la virgen.	
		<u>Narrador:</u> La alegría y vida continua en la comunidad. Es septiembre y las festividades de Tablas convocan a los hijos e hijas que viven en las ciudades. El encuentro con la familia y con la tradición es uno de los escenarios que brinda esta época. La religiosidad es el evento central de esta tradicional fiesta. La banda, el juego, las comidas típicas y la bebida decoran el ambiente.

15	Planos medios de personajes, imágenes de la fiesta de Tablas 2010.	
		<u>Entrevista:</u> ¿ Como eran las fiestas antiguamente?, ¿Cómo son ahora?
16	Niños jugando, mujeres en su diario vivir, hombres en su cotidianidad. Imágenes cocción del dulce de frejol.	
		<u>Narrador:</u> La cultura afroecuatoriana de la cuenca del Mira mantiene una tradicion muy rica. La identidad de los habitantes de tablas se delega entre generaciones atravez del compartir. El dulce de frejol es una tradicion de la Semana Santa, este preparado del poroto tiene un sentido a la hora de recordar la pasion de Cristo.
17	Planos medios de personajes, tomas de preparación del dulce de frejol. Secuencia de imágenes.	
		<u>Entrevista:</u> ¿Cúando se prepara el dulce de frejol?, ¿Desde cuando se prepara este plato?
18	Imágenes de la preparación del duce de frejol	
		<u>Narrador:</u> En esta comunidad como en muchas otras de la zona, el frejol es el principal producto de consumo y comercio. Temprano se levantan los hombres y mujeres para ir a cuidarlo, a picar la tierra y velar su desarrollo. Son generaciones campesinas las que se han alimentado de este poroto.
19	Planos medios de personajes, tomas de preparación del dulce de frejol. Secuencia de imágenes.	
		<u>Entrevista:</u> ¿Cómo se hace el dulce de frejol?
20	Plano de niños jugando, secuencia de fotos.	

		<u>Narración:</u> A pesar de su tragica historia la gente de esta zona lucha dia a dia con alegria. Las nuevas generaciones recrean a la tradicion y a la cultura heredada de los antiguos.
21	Planos medios de personaje, imágenes del río Tablas.	
<u>FIN</u>		