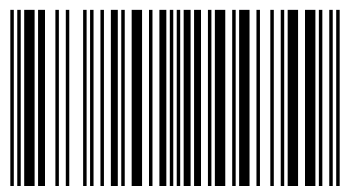


Cultura, Comunicación y Educación:

El libro es una propuesta pedagógica para la enseñanza de los cursos de Producción Audiovisual del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Montería Colombia, encaminada a desarrollar la competencia audiovisual donde se rescatan elementos de la vida de comunidades del Caribe Colombiano a través de una mirada diferente donde se conjugan elementos narrativos y etnográficos que le dan vida a los productos que se realizan. Para lograr tal fin, se realizan trabajos de campo en donde los participantes redescubren estos espacios a través del registro gráfico y narrativo. En el presente libro se presentan varios reportajes gráficos realizados con esta propuesta en comunidades del Caribe Colombiano.

María Cecilia Pérez, Comunicador Social-Periodista, Magister en Comunicación, Docente Titular UPB Montería. Ana Lorena Malluk, Comunicadora Social-Periodista, Magister en Comunicación, Docente Titular UPB Montería. Julián Darío Forero, Comunicador Social, Magister en Educación, Docente Titular UPB Montería.



978-620-2-24474-9

editorial académica española

Cultura, Comunicación y Educación

Pérez., Malluk., Forero.



María Cecilia Pérez. · Ana Lorena Malluk. · Julián Darío Forero.

Cultura, Comunicación y Educación:

El Reportaje Gráfico como expresión popular

**María Cecilia Pérez.
Ana Lorena Malluk.
Julián Darío Forero.**

Cultura, Comunicación y Educación:

**María Cecilia Pérez.
Ana Lorena Malluk.
Julián Darío Forero.**

**Cultura, Comunicación y Educación:
El Reportaje Gráfico como expresión popular**

Editorial Académica Española

Imprint

Any brand names and product names mentioned in this book are subject to trademark, brand or patent protection and are trademarks or registered trademarks of their respective holders. The use of brand names, product names, common names, trade names, product descriptions etc. even without a particular marking in this work is in no way to be construed to mean that such names may be regarded as unrestricted in respect of trademark and brand protection legislation and could thus be used by anyone.

Cover image: www.ingimage.com

Publisher:

Editorial Académica Española

is a trademark of

International Book Market Service Ltd., member of OmniScriptum Publishing Group

17 Meldrum Street, Beau Bassin 71504, Mauritius

Printed at: see last page

ISBN: 978-620-2-24474-9

Copyright © María Cecilia Pérez., Ana Lorena Malluk., Julián Darío Forero.

Copyright © 2017 International Book Market Service Ltd., member of OmniScriptum Publishing Group

All rights reserved. Beau Bassin 2017

**CULTURA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN:
EL REPORTAJE GRÁFICO COMO EXPRESIÓN
POPULAR**

**Julián Darío Forero Sandoval. Ana Lorena Malluk Marengo.
María Cecilia Pérez Berrocal**

CULTURA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN: EL REPORTAJE GRÁFICO COMO EXPRESIÓN POPULAR

Julián Darío Forero Sandoval.

Comunicador Social-Periodista.

Docente Universidad Pontificia Bolivariana Colombia.

Investigador Social.

Productor Medios Educativos.

Ana Lorena Malluk Marengo.

Comunicadora Social-Periodista.

Docente Universidad Pontificia Bolivariana Colombia.

Investigadora Social.

Gestora Proyectos Comunitarios.

María Cecilia Pérez Berrocal.

Comunicadora Social-Periodista.

Docente Universidad Pontificia Bolivariana Colombia.

Investigadora Social.

Realizadora Audiovisual.

LISTADO DE CUADROS

- Cuadro 01. Aportes de las Áreas de Formación del Programa de Comunicación Social-Periodismo de UPB a la Metodología Formas y Formatos para la construcción de historias audiovisuales.

- Cuadro 02. Aportes de los cursos del Programa de Comunicación Social-Periodismo de UPB a la Metodología Formas y Formatos para la construcción de historias audiovisuales.

- Cuadro 03. Etapas de producción de la Metodología.
- Cuadro 04. Etapa I. Idea.
- Cuadro 05. Etapa II. Indagación.
- Cuadro 06. Etapa III. Taxonomía.
- Cuadro 07. Etapa IV. Inventario.
- Cuadro 08. Etapa V. Preproducción de medios.
- Cuadro 09. Etapa VI. Producción de medios.
- Cuadro 10. Etapa VII. Postproducción de medios.
- Cuadro 11. Etapa VIII. Estrategia de medios.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	06
PRÓLOGO	10
CAPÍTULO I. LA IMAGEN COMO EXPRESIÓN COMUNICATIVA POPULAR.	14
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA SOCIAL Y EDUCATIVA: FORMAS Y FORMATOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE HISTORIAS AUDIOVISUALES. LA IMAGEN COMO EXPRESIÓN COMUNICATIVA POPULAR.	21
Entre líneas: aportes de las metodologías a los procesos sociales y educativos	21
Desde el Semillero Formas y Formatos: aportes y desafíos	23
Los porqués de la Metodología Formas y Formatos para la construcción de historias audiovisuales.....	31
Y... ¿Cómo se realiza el ejercicio?	32
CAPÍTULO III. REPORTAJES GRÁFICOS: UNA APROXIMACIÓN VISUAL A LA CULTURA CARIBE.	45
Tuchín: tejido social indígena hecho artesanía	48
Mompox: retratos de un pasado bañado por la afluencia del Río Grande de la Magdalena	61
Santa Cruz de Lorica: reflejos de un espejo con color de antaño.	73
San Sebastián de Urabá: un soplo de barro hecho arte	85
De Cazadores a Protectores	100
El Alto Sinú, paraíso de los Emberá Katíos	113
Así se explora Cartagena	128
REFERENCIAS	146
ANEXO: DETRÁS DE CÁMARA	148

PRESENTACIÓN

Cuando en una práctica académica propia del mundo universitario se entrelazan la cultura, la comunicación y la educación, algo interesante está por suceder. Y justamente aconteció que luego de diversos y enriquecedores ejercicios de experimentación audiovisual convocados desde el programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia, un corolario de reportajes gráficos se compilaron en el libro *Cultura, Comunicación y Educación: el reportaje gráfico como expresión cultura*.

Esta propuesta editorial, se alinea con la línea de investigación del programa con el propósito interdisciplinario de articular campos del conocimiento tan extensos como pertinentes para países de América Latina, con particular mirada hacia el Caribe colombiano. Lugar de encuentros y desencuentros para temas socio-culturales y educativos que incitan y convocan a la participación ciudadana, en un mundo que parece cada vez más globalizado por las Tecnologías de la Información y Comunicación, pero que exige también el cambio de paradigmas que comprendan que las realidades se configuran desde lo local.

Y en este universo de complejidades, pero también de posibilidades de desarrollo humano, las Ciencias Sociales empoderan el liderazgo para el diseño de nuevas y más asertivas formas de investigación, gracias a sus acervos teóricos, que como lo encarna la comunicación social, promueven, comprenden e intervienen las realidades sociales

desde y para el contexto con los sujetos que la conforman y la habitan. Así, la comunicación se concibe como dinámica central y constitutiva de las actividades humanas, dado que es un modo particular de interacción mediadora y mediada entre sujetos-agentes sociales. (Piñuel, 1995)

Desde esta dimensión epistemológica, pero también pragmática, la comunicación se hace una mediación que facilita el estudio y reconocimiento de las creencias, actitudes, comportamientos y hábitos de quienes configuran la realidad social, para influir en la transformación de los individuos en ciudadanos capaces de identificar, analizar y proponer soluciones a sus necesidades. (Pineda, 1999)

Esta es la trascendencia de una propuesta que fusiona la cultura, la comunicación y la educación; los intersticios que se construyen a partir de las conexiones que se pueden establecer entre las tres, llevan a generar procesos identificados por su carácter participativo e interactivo, donde se estimulan las relaciones humanas, la comprensión de la realidad, el trabajo cooperativo y las transformaciones individuales y grupales, para influir en el entorno y generar cambios.

Cambios que si bien emergen de la evolución de nuevas teorías e innovadores desarrollos conceptuales que transitan de la inter a la transdisciplinariedad que puede generar la relación Cultura, Comunicación y Educación, en la vida cotidiana aún son constructos por afinar y mejorar, debido a que el individuo y la sociedad, sus

principales objetos de estudio, se caracterizan por ser dinámicos y evolutivos, lo que implica un constante estudio de las razones que motivan estas transformaciones.

Para el caso particular de este proyecto editorial, la propuesta se ha focalizado en los temas culturales del Caribe colombiano; casos puntuales de regiones circunscritas a los departamentos de Bolívar y Córdoba. Territorios caracterizados por su riqueza cultural, representada en danzas, tradición oral, gastronomía, música, mitos y leyendas, arte, literatura y todas aquellas expresiones de gran tradición, algunas desconocidas para las nuevas generaciones.

Por esta razón, investigadores como Ember y Maccormanck (1997) afirman que la cultura popular se ve afectada porque los medios masivos divulgan cada vez menos las manifestaciones populares de cada cultura y se centran en aquellos fenómenos que se ajustan a los intereses comerciales y de expansión del poder. Las nuevas generaciones siguen siendo el flanco débil y por tanto el objeto de las mayores preocupaciones: la ilusión de los medios electrónicos, con su facilidad de adopción y la magia de la pequeña pantalla de la computadora o del televisor, generan un distanciamiento de otras experiencias comunicacionales que exigen diversas formas de atención y una capacidad de reflexión que puede relegarse en aras de la inmediatez que ofrecen los nuevos medios.

Por ello, el gran reto de esta propuesta es abordar la cultura desde sus diferentes manifestaciones, con el objetivo de contribuir a la conservación de los conocimientos, experiencias y vivencias

ancestrales del Caribe colombiano. Por ello, más allá de la capacidad para interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y los mensajes audiovisuales y para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo (Ferrés, 2005) propias del realizador audiovisual, la apuesta de esta metodología es propiciar la articulación de saberes específicos de la comunicación y el periodismo, para trascender de la aplicación de conocimientos a la comprensión de la realidad social y cultural de los pueblos del Caribe Colombiano.

PRÓLOGO

Voy a comenzar esta historia tal cual acostumbraba mi abuelo, el liberal, a contarme cosas que creo no compartía con los otros nietos. Era un hombre más bien parco y descrito por algunos de sus familiares como neurasténico. Para mí, el abuelo Esteban era uno de los dos seres más sabios que había conocido durante mi infancia y adolescencia.

Hubo una época, por allá cuando los años comenzaban con el número 18, en que esta tierra que hoy pisamos no se llamaba departamento, sino Estado. Córdoba, una región que nos mueve las fibras a tantos y de diferentes maneras, hacía parte del Gran Bolívar, uno de los ocho estados de la Confederación Granadina. La Gran Colombia agrupó, entonces, pueblos indígenas y enormes extensiones de tierra, en una amalgama de culturas sin fin.

Los tiempos pasaron, las luchas políticas y los conflictos nos trajeron al momento presente como una Nación conformada por 32 departamentos. Sin embargo, pese al resquebrajamiento del territorio Caribe, sus vasos comunicantes se siguieron interconectando sin atender barreras ni límites geográficos, gracias a la cultura.

Justo eso es lo que hay en este libro, una mixtura cultural de siete porciones geográficas: Tuchín, Lórica, San Sebastián, San Antero y Tierralta, en Córdoba; y Mompo y Cartagena, en Bolívar. Todas son principio y origen de historias de tradiciones, en ellas se albergan las respuestas de lo que somos, y si atendiéramos más a sus imágenes

y a lo que ellas comunican, sabríamos qué es lo importante y hacia dónde deberíamos ir.

La primera vez que vi a un indígena de la etnia Emberá Katío fue en la muralla del antiguo mercado de Montería, a orillas del sinuoso río. De mediana estatura y brazos cortos, seguía con su mirada la corriente café que bajaba libre. Unos 10 años después vería muchos, en ese municipio cuya piel fue agujereada por la violencia durante décadas, Tierralta. Más arriba, en el pueblo de los Emberá, anclado en el Nudo de Paramillo, los indígenas sonríen. Acá abajo, en las ciudades, sufren y se lamentan. Arriba, los colores de sus ropas y del maquillaje con el que adornan su cara, adquieren un brillo natural cuasi sagrado. Sus mujeres tienen libremente a sus hijos, y los hombres sueñan con un mañana mejor.

Al otro extremo del sur de Córdoba está Tuchín y otro pueblo indígena Zenú. Sus descendientes ya no se pintan la cara, ni conservan las hermosas piezas de oro que se llevaron otros, ni hablan la lengua que dio origen a tan bellas palabras, el Guajibo o Guamacó. El lenguaje de las manos tejiendo la cañaflecha es el que ha mantenido viva la cultura que se extendió entre los valles del Sinú y del San Jorge. Y gracias a este hacer amoroso, Colombia hoy cuenta con un símbolo nacional de reconocimiento universal, el Sombrero Vueltiao. En Tuchín, las mujeres Zenú, de pieles morenas y cabellos negros, lisos y largos, caminan entre calles ruidosas por donde sus hombres comercializan los tejidos milenarios que les aprendieron a sus antepasados.

Muy cerca de Tuchín, por una carretera curva y negra, como decimos en los pueblos, se llega a San Sebastián de Urabá. Allí huele a barro, el que usan los alfareros para armar vasijas y figuritas que luego tiñen de colores vivos. Es la cuna cultural de Marcial Alegría, el último pintor primitivista Zenú, que volcó sus pesadillas en cuadros pluriétnicos cargados de sabiduría indígena Caribe. Desde San Sebastián se escucha el sonido espiritual del Cerro del Mohán, sitio sagrado de los Zenú, de seguro ese eco es el que abraza la creatividad de mujeres y hombres artesanos de la tierra.

De San Sebastián a Lórica 'saudí', lugar mágico de grandes casonas hechas por quienes vivieron en el Gran Bolívar, primera ciudad en importancia histórica de Córdoba, poseedora de un mercado anclado en el tiempo republicano, especie de isla bañada en dos de sus orillas por el río Sinú y la Ciénaga Grande... Lórica sabe a Bocachico, pero también a esencias árabes; territorio que encanta por los colores ocre y rojo 'quemao' de las fachadas: todo un cuento de hadas. Y sí, Lórica es todo un cuento.

Al norte, divisando una línea azulosa, infinita, queda la bahía de Cispatá, donde se levanta una población negra de pescadores y comerciantes que aman la naturaleza de los manglares, la cual alberga secretos insondables. Allí se reproducen especies que los sananteros ayudan a conservar para mantener el maridaje ecosistémico entre río y mar. Hombres y mujeres se turnan el rigor de un activismo por el ambiente, mientras escuchan champeta, comen mariscos y sonrían al viento.

El Caribe es tan poderosamente atrayente, que resulta casi imposible no enamorarse de tantos y tantos lugares. Mompox, tierra de Dios, es otro de ellos. Transitarlo es como hacer el viaje en la máquina del tiempo y confirmar que el pasado fue y, para el caso, es mejor. Sus callecitas empedradas; sus casonas multicolores; su gente sosegada, serena; su río verdoso y quieto con sus árboles gigantes, que poco se mueven, convidan a reconocerse, a quedarse.

La apuesta con este proyecto experimental audiovisual, no solo es por mostrar la variada e inimaginable diversidad cultural de territorios del Caribe. Estoy segura que era para mucho más que eso, cuando decidió compartir saberes que descubren en el arte del retrato una inigualable forma de comunicar.

En tiempos de revolución digital y de exploración de plataformas, el mundo audiovisual se impone generando más sensaciones y permitiendo la construcción de novedosas historias cargadas de sentido. Mi abuelo, el liberal, lo sabía, y por eso en el pasado me mostró la fotografía de un paisaje que tenía un poquito de todos los sitios descritos en este libro. Hoy recuerdo la imagen sepia que nadie conservó. Gracias, abuelo Esteban, porque me contaste ese mundo mágico que he andado y hoy reconozco en este aporte que desde la academia se hace a la cultura de nuestra región.

Ginna Morelo.

Editora de El Tiempo.

CAPÍTULO I

LA IMAGEN COMO EXPRESIÓN COMUNICATIVA POPULAR

El hombre, desde tiempos remotos, ha creado artefactos comunicativos que le han permitido no solo compartir información, sino también generar procesos de socialización. Los más próximos y propios a su naturaleza como la voz o algunos productos de su inventiva como el fuego, surgen por la urgente intención de hacerse entender, utilizando códigos como instrumentos-soporte que, por convención, toda una comunidad termina comprendiendo y aceptando: tan intangibles y originales como los alfabetos o tan elementales y universales como la luz roja que indica peligro.

La creación, articulación y uso de códigos emergen y se definen desde tres dimensiones mentales y pragmáticas: lo sígnico, lo simbólico y lo alegórico. Cada una configurada desde un referente (significante) que es material y tangible y un referido que es el proceso mental que permite darle significado a las cosas.

Cuando se crean esas representaciones que toda una comunidad comparte con un mismo significante y no muchos significados, es decir, que significa de manera similar para todos, emerge el más amplio territorio de lo sígnico. Así, el código adquiere su más elemental nivel de interpretación, su significado es unívoco y su intención comunicativa es lograr el entendimiento entre las personas.

Pero cuando la relación entre el significante y el significado es múltiple y ya la intención comunicativa no pretende que el referente reemplace al objeto mismo, sino que el referente es otra forma de representar la realidad, aparece la simbología con sutiles vasos comunicantes entre ambas realidades, como lo enseña la metáfora, que ofrece una amalgama de posibilidades interpretativas para ampliar el horizonte del conocimiento, la comprensión humana y el diálogo de saberes.

Así es la compleja naturaleza del símbolo: no parte de referentes y de significados preestablecidos; por el contrario, la construcción de lo que es y significa se logra en el instante mismo de la comunicación, con la gran posibilidad de favorecer la crítica y sus respectivas contrapartes y contradicciones. Mientras que lo sónico, por ser una convención, no admite discusión y sus cambios se dan con mucha lentitud a través del tiempo. Finalmente, la alegoría es una representación cuyo fundamento responde más a criterios estéticos, pues su intención comunicativa es exagerar la realidad para llamar la atención sobre asuntos que han perdido interés entre la gente. Se trata de un ejercicio puro de la subjetividad humana, en donde lo representado encarna conceptos fundamentales de la vida, de la realidad popular, de los imaginarios socioculturales.

Visto desde la dimensión de Durand (1990) se pueden distinguir tres modos de conocimiento indirecto, el signo, la alegoría y el símbolo:

- El signo es producto de la actividad consciente que funciona fundamentalmente como un mecanismo de economía; permite

referirse a una cosa sin necesidad de hacerla presente en su materialidad. Para ello, una imagen sonora o visual (significante) queda asociada a un objeto o conjunto de objetos (significado), de tal modo que el primero significa y el segundo lo indica. A diferencia de la señal natural (por ejemplo, la columna de humo que se eleva en el horizonte anunciado la existencia del fuego), en el signo el vínculo entre significante y significado es arbitrario, convencionalmente establecido, pero ambos (señal y signo) coinciden en que exigen y se apoyan sobre un conocimiento previo.

- Del signo arbitrario se pasa a la alegoría cuando lo que se quiere significar es algo que no puede presentarse directamente por tratarse de abstracciones, cualidades morales o espirituales, etc. Desaparece la arbitrariedad, figurando en el significante un elemento ejemplar o concreto del significado. Es el proceso en el que una idea, conocida previamente y al margen de dicho proceso, se ejemplifica o traduce en una figura.
- El símbolo sería precisamente el inverso de la alegoría. Mientras que la alegoría parte de una idea para llegar a ilustrarla en una figura, el símbolo es figura, y como tal, fuente de ideas. Desde el mismo momento en que una cosa (objetividad) entra en relación con el hombre, queda revestida de un sentido figurado, convirtiéndose en símbolo.

- La posibilidad de comunicación y de comprensión se basa, en la común naturaleza humana, en el inconsciente colectivo que se comparte en cuanto a las expresiones más directas, las imágenes.
- El ser humano como ser eminentemente cultural, está condenado al significado en tanto se mueve siempre en un horizonte de sentido, es decir, en un determinado contexto dentro del cual se da significado a las cosas. No existe una mirada neutral o ingenua y un contacto directo con la realidad, sin intermediación sgnica.

Reconocidas estas manifestaciones del código, surge el problema que concierne a la mirada humana, que tiene que ver con el punto de vista del sujeto y el horizonte desde donde construye sus propias realidades. Algunas veces sin percibirlo, la mirada proyectada sobre las cosas condiciona completamente la realidad que se percibe; cambiamos, cambia la mirada y cambia la realidad percibida: si no varía la forma de percibir las cosas, la realidad no cambia:

El hemisferio izquierdo es consciente y realiza todas las funciones que requieren el pensamiento analítico, su modo de operación es lineal, sucesivo y secuencial en el tiempo, en el sentido que va paso a paso; recibe información dato a dato y la procesa basándose en procesos lógicos y deductivos. Su modo de pensar permite conocer una parte a la vez, no toda, ni el todo; es predominantemente abstracto y proposicional en sus funciones, poseyendo una especialización y un control casi

completo del habla, escritura, aritmética y cálculo, junto con las capacidades verbales e ideativas, semánticas, sintácticas, lógicas y numéricas. Por el contrario, el hemisferio derecho es predominantemente inconsciente, sintético y realiza operaciones simultáneas; su modo de operación es intuitivo y compara esquemas en forma no verbal, analógica, metafórica, alegórica e integral. Su estilo de proceder se caracteriza porque opera en forma holística, compleja, no lineal, tácita, simultánea, asociativa y no causal, lo que permite orientarse en el espacio y habilita para el pensamiento y apreciación de formas espaciales, reconocimiento de rostros, formas visuales e imágenes táctiles y, en general todo lo que requiere de un pensamiento visual, imaginación o que está ligado a la apreciación artística. (Martínez, 1994)

Es evidente que la imagen es comunicación y que los reportajes gráficos son una de sus formas de expresión. En el mundo de los medios masivos es fundamental acompañar el texto con recursos visuales, desde sus diversas posibilidades tecnológicas, para lograr registros icónicos de las más variadas formas. La tradicional frase *ver para creer* se ha configurado como paradigma que pretende sustentar lo cierto, lo veraz, lo creíble; parece que todo se valida en lo que se percibe a través del sentido de la vista:

El hombre moderno entiende mejor lo que ve, que lo que le cuentan y hace fácilmente suyo un nuevo modo de concebir ideas a través de infografías. Están cambiando los medios didácticos, pero no determinados fundamentos

epistemológicos, aunque se están transformando con el uso muchos de los hábitos comunicativos; las imágenes están configurando un importante lenguaje, manteniendo su carácter figurativo en el dibujo y la fotografía. (Valero, 2001)

Surge la comunicación visual como forma de relación que se establece por medio de signos visualmente perceptibles, con dos tipos de elementos que la constituyen, los materiales y los formales:

Los elementos materiales son de carácter puramente sensible, como la morfología y cromaticidad, tipografía e iconicidad. Los formales constituyen los elementos del acto humano libre, susceptibles de calificativo moral y técnico; el objeto o fin de la obra, el fin del agente que obra y las circunstancias que rodean la acción. (Ocampo, 2009)

Al cambiar el horizonte de la mirada, múltiples puntos de vista alimentarán el entorno social; sin embargo, esa pluralidad conduce a interpretar y comprender las nuevas realidades; es decir, a hacer una lectura integral de dichas situaciones. De aquí en adelante el mirar y ser mirado, se comprende como un proceso de lectura, en donde el que mira se llama lector y lo que se mira, texto; relación que implica toda una acción comunicativa.

Toda imagen definida en la mente está impregnada y teñida de aguas libres que fluyen a su alrededor. Va con ellas el sentido de sus relaciones próximas y remotas, el eco moribundo de sus orígenes y los albores del sentido de su destino. La

significación, el valor de la imagen, está en ese halo de penumbra que la rodea y la escolta -o más bien que se funde en ella y se vuelve hueso de sus huesos y carne de su carne-. Es cierto que la imagen queda como imagen de la misma cosa de la que lo era antes, pero esto la convierte en imagen de esa cosa recibida de forma nueva y entendida de toda frescura. (James 1963)

La lectura de la realidad para ser aprehendida, debe primero ser representada por los sistemas sgnicos que le dan su consistencia, permitiéndole al lector ir más allá de su interpretación para comprenderla, dándole significación y sentido, poniendo en horizonte de tiempo las primeras formas de comunicación con las más actuales y tecnológicas, tarea que se evidencia en el presente libro.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA SOCIAL Y EDUCATIVA: FORMAS Y FORMATOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE HISTORIAS AUDIOVISUALES. LA IMAGEN COMO EXPRESIÓN COMUNICATIVA POPULAR

Entre líneas: aportes de las metodologías a los procesos sociales y educativos

Las metodologías son consideradas procedimientos que guían las acciones propias de un proceso, proyecto o iniciativa de tipo educativo, social, administrativo, entre otros; son de gran utilidad porque permiten abordar, analizar y comprender un problema en forma organizada, sistemática y desde diferentes ámbitos, para conocer su estado actual y aportar posibles soluciones.

Para Kaplan (1964) las metodologías educativas indican al docente las herramientas, métodos o técnicas de enseñanza a utilizar, teniendo en cuenta las características del grupo y del contexto en general; es decir, para introducir o afianzar un tema, motivar, darle sentido al conocimiento, evaluar, analizar capacidades y dificultades en los discentes. Asimismo, le indica al estudiante los elementos que habrá que disponer para obtener el conocimiento: procesos, pasos a seguir, métodos, técnicas o formas de hacer algo de forma efectiva, y alcanzar así, el resultado planeado.

También es un procedimiento que promueve la colaboración, cooperación y reciprocidad para asegurar el aprendizaje colectivo y la formación de personas, potencializa la comunicación e interacción y usa la motivación como estímulo constante para que el estudiante perciba que los resultados esperados del aprendizaje están a su alcance. Por su parte, la metodología social contempla procesos que benefician a un sector de la población, principalmente vulnerable; su principal intención es trazar planes para tratar problemas o atender necesidades a partir del trabajo colectivo con individuos, grupos y comunidades.

Para el presente caso, la experiencia desarrollada en el marco de *Formas y Formatos para la construcción de historias audiovisuales*, liderada por estudiantes y docentes del Programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia, evidencia la articulación entre lo educativo y lo social en la medida que propone la investigación, interacción, comunicación y cultura como modos de producción del conocimiento, estímulo constante para abordar y comprender la realidad, fuente de inspiración para intervenir socialmente e insumos primordiales para aprender en terreno, de cara a las expresiones populares y a las problemáticas sociales.

Formas y Formatos para la construcción de historias audiovisuales es una metodología que privilegia el intercambio, reflexión y construcción de saberes y experiencias; que trasciende el aula de clases superando los límites propios del proceso de enseñanza-

aprendizaje y se proyecta desde lo regional, para crear sentido social en torno a la relación *Cultura, Comunicación y Educación*, y a su impacto en los procesos de transformación social y educativos.

Desde el Semillero Formas y Formatos: aportes y desafíos

Formas y Formatos -FyF- es un semillero de investigación del Programa de Comunicación Social-Periodismo, adscrito a la Escuela de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia. Surge en el marco de la línea de investigación *Cultura, Comunicación y Educación*, en el seno de la sublínea *Mediaciones*. Desde su creación en el año 2012, busca promover las capacidades investigativas y creativas de sus miembros al abordar diferentes temas y utilizar variedad de formatos de la producción audiovisual, como es el caso de la televisión, radio y Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC.

La Universidad Pontificia Bolivariana Colombia concibe el semillero de investigación como un equipo de trabajo cuyo propósito es aprender-haciendo investigación formativa para la búsqueda de alternativas de aplicación del conocimiento, donde la interdisciplinariedad y la colaboración fomenten y fortalezcan la crítica, el debate y la argumentación a partir de las actividades académicas de los estudiantes bajo los principios del *Humanismo Cristiano*, de manera que en la construcción y sistematización del conocimiento se genere interés por conocer los problemas y necesidades locales, regionales, nacionales e internacionales para

plantear soluciones que impacten positivamente en la sociedad. (Manual de Semilleros de Investigación, 2015)

El aprender-haciendo investigación formativa implica el reconocimiento y potencialización de la capacidad de aprendizaje, el estímulo al ejercicio de la libertad de información e investigación, la cooperación para el trabajo en equipo, el logro de un objetivo y la consolidación de un proyecto común.

Bajo este enfoque, el ejercicio investigativo de *FyF* se construye desde la intradisciplinariedad de las áreas de formación profesional, las cuales al comunicarse entre sí, crean en el estudiante de Comunicación Social-Periodismo un ambiente propicio que promueve el diálogo y trabajo colaborativo entre Imagen, Radio y TIC (cursos del Área Audiovisual), con Sujeto y Sociedad, Saber Social y Antropología Cultural (cursos del Área de Fundamentación), bajo la mirada propia del Área de Periodismo, que le impregna el sello propio de la producción y difusión de mensajes en sus distintas tipologías.

Cuadro 01. Aportes de las Áreas de Formación del Programa de Comunicación Social- Periodismo de UPB a la Metodología Formas y Formatos para la construcción de historias audiovisuales.

Área	Aporte	Cursos
Audiovisual	Conocimientos, habilidades y destrezas relacionadas con el diseño, producción y ejecución de sistemas comunicacionales intervenidos por lo auditivo, visual, audiovisual (como creación conjunta de esas dos dimensiones) y digital.	Imagen: I, II, III, VI.
		Radio: I, II.
		Laboratorio Producción en Televisión.
		Medios Interactivos.
		Opcionales: Camarografía e Iluminación, Edición y Postproducción.
Fundamentación	Bases teóricas frente a la comunicación y al contexto en el que evoluciona, para comprender la realidad sociocultural, política, económica de los pueblos.	Saber Social.
		Sujeto y Sociedad.
		Antropología Cultural.
Periodismo	Conocimientos, habilidades y destrezas propias de la producción periodística desde sus distintas tipologías, para los medios de comunicación.	Periodismo III.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 02. Aportes de los cursos del Programa de Comunicación Social- Periodismo de UPB a la Metodología Formas y Formatos para la construcción de historias audiovisuales.

Área	Curso		Aporte
Audiovisual	Imagen	Imagen I	Estética audiovisual, composición de la imagen, arte audiovisual, dimensiones de lo visual y sonoro, principios de la iluminación, composición del color, características del movimiento y generalidades de los diferentes medios audiovisuales.
		Imagen II	Fotografía como herramienta de comunicación audiovisual, organizacional, periodística, social y de investigación.
		Imagen III	Simbologías del lenguaje audiovisual en la narración de

			hechos, acontecimientos y en la presentación de escenarios y personas.
		Imagen IV	Técnicas, tecnologías, formatos, géneros periodísticos y desarrollos de comunicación que se aplican en la televisión mediante la apreciación valorativa de las calidades técnicas y estéticas de los productos audiovisuales.
	Radio	Radio I	Planificación y producción de radiofónica empleando la improvisación, utilización del lenguaje radiofónico, relación con las audiencias, interpretación de la lectura, comprensión de los aspectos de producción, elaboración de guiones, técnicas

			de emisión y transmisión, como herramientas para la realización de productos sonoros.
		Radio II	Lenguaje periodístico en la radio.
	Opcionales	Camarografía e Iluminación	Herramientas técnicas y tecnológicas indispensables en la televisión y el cine, desde los elementos propios de la camarografía y la iluminación.
		Edición y Postproducción.	Sistemas, formatos, métodos, técnicas y procedimientos de edición para televisión.
	Laboratorio Producción en TV	Investigación a través de medios audiovisuales.	
	Medios Interactivos	Uso de las TIC: convergencia entre la informática, las telecomunicaciones y los medios.	
Fundamentación	Saber Social	Representaciones simbólicas, producto de la autoconciencia humana sobre	

		temas, hechos y problemáticas sociales tomando como base la entrevista a profundidad.
	Sujeto y Sociedad	Investigación social a través la narrativa para relatar historias desde diferentes contextos.
	Antropología Cultural	Competencias investigativas para abordar entornos socio-culturales a través de trabajos de campo, narraciones, relatos, crónicas, ensayos investigativos y libretos, apoyándose en el método etnográfico.
Periodismo	Periodismo III	Investigación periodística a través del ejercicio de la entrevista y la crónica.

Fuente: elaboración propia.

Es así que bajo la orientación de la docente María Cecilia Pérez Berrocal y la coparticipación de los docentes de las áreas de Audiovisuales, Fundamentación y Periodismo, se pretende:

- Desarrollar la imaginación, creatividad, autonomía, disciplina y responsabilidad de los estudiantes a través de la realización de productos comunicativos que integran lo audiovisual y periodístico, bajo la mirada conceptual propia del área de Fundamentación.
- Generar espacios de reflexión entre estudiantes, docentes y demás actores-gestores, para asumir posturas críticas en torno a teorías, metodologías y prácticas comunicativas, y por ende, al rol del comunicador en su quehacer social.
- Desarrollar la competencia investigativa de los estudiantes en cuanto a la identificación de problema, levantamiento del marco teórico y conceptual, uso de técnicas de recolección y análisis de información, interpretación de resultados, presentación de conclusiones y elaboración de recomendaciones que traen consigo un producto comunicacional que contribuya al mejoramiento de la situación.
- Estimular el trabajo cooperativo para superar los marcos personales de referencia y establecer marcos de coparticipación.
- Propiciar trabajos experimentales a través de prácticas de campo que faciliten el conocimiento de la realidad social y cultural que rodea al estudiante.

Los porqués de la Metodología Formas y Formatos para la construcción de historias audiovisuales

Las dinámicas transformantes y transformadoras del mundo replantean el papel de la comunicación, y por ende, del Comunicador Social-Periodista en el contexto local y global. Visto de esta manera, el lenguaje comunicacional propone el abordaje de los fenómenos desde lo dialéctico, ético, pragmático y estético para el rescate de elementos de la vida de las comunidades que son significativos en el desarrollo de los pueblos, especialmente de aquellos donde la cultura popular tiene su asiento.

Desde la metodología *Formas y Formatos para la construcción de historias audiovisuales*, se propone una visión integral desde lo comunicativo a las realidades sociales a través de la conjugación de elementos narrativos, etnográficos y visuales que le dan vida a los productos comunicativos que se gestionan: piezas sonoras y audiovisuales, reportajes gráficos, multimedias, textos periodísticos, informes, bitácoras, diarios de campo, entre otros.

Producir una metodología que transversalice el proceso de formación a través de la articulación de las diferentes áreas del Programa de Comunicación Social-Periodismo, implica la conceptualización de la comunicación y el contexto en el que evoluciona el desarrollo de la competencia investigativa, el espíritu creativo y crítico de los estudiantes frente a la realidad social, la apropiación de la comunicación y los medios como generadores de cambio y el uso de

productos audiovisuales y periodísticos al servicio de las poblaciones más vulnerables.

Es así como la comunicación se fortalece a través de la investigación y el arte para adentrarse en la cultura y dimensionar el proceso de formación educativo con doble mirada: surge de adentro -del sistema educativo- con claro conocimiento y convencimiento de lo que transcurre afuera, en el medio, en las comunidades.

Y... ¿Cómo se realiza el ejercicio?

El trabajo de la Metodología se fundamenta en la Etnografía, concebida como método de estudio o investigación directa para reconocer y comprender el entorno cultural; es decir, las prácticas culturales y los comportamientos sociales, decisiones y acciones de los diferentes grupos sociales; la identidad y estilos de vida. Su principal aporte es contribuir a la organización y descripción en detalle de la historia, costumbres, tradiciones, mitos, creencias, lenguaje, genealogías, prácticas de los diferentes pueblos:

El entorno cultural se aborda desde la Etnografía, comprendida como el estudio de las etnias; significa el análisis del modo de vida de una raza o grupo de individuos, mediante la observación y descripción de que la gente hace, cómo se comportan y cómo interactúan entre sí, para describir sus creencias, valores y motivaciones, perspectivas y cómo estos pueden variar en diferentes momentos y circunstancias, es

decir, que describe las múltiples formas de vida de los seres humanos. (Martínez, 1994)

Dejar fluir las ideas, indagar fuentes, generar contenidos, planear, diseñar, observar, registrar, producir, entre otros, son parte del proceso que además se alimenta con conversaciones y entrevistas dirigidas a grupos de interés, así como con el registro de material audiovisual como fotografías, grabaciones y vídeos. Tal como lo expresa Amezcua (2000) las grabaciones sonoras, el video, el análisis de documentos, los cuestionarios abiertos, los relatos de vida y las historias de vida, son también instrumentos que contribuyen en este proceso. Para el registro de la información se hace uso de las notas o guías de campo donde se consignan datos relevantes de forma objetiva a partir de la observación y de la vivencia experimentada en la cultura objeto de estudio.

Para avanzar desde el proceso de creación hasta la difusión del recurso, la Metodología propone siete etapas de producción: la idea, la indagación, la taxonomía, el inventario, la preproducción de medios, la producción de medios, la postproducción de medios y la estrategia de medios; cada una desde su particularidad aporta al desarrollo del producto final.

Cuadro 03. Etapas de producción de la Metodología.

Etapa	Nombre	Propósito
I	Idea.	Lluvia de ideas, definición de temática e identificación del propósito.
II	Indagación.	Consulta a fuentes primarias y secundarias.
III	Taxonomía.	Clasificación de subtemas y generación de contenidos.
IV	Inventario.	Definición de acciones, recursos, roles y responsabilidades.
V	Preproducción de medios.	Diseño de recursos.
VI	Producción de medios.	Trabajo de campo.
VII	Postproducción de medios.	Montaje de recursos.
VIII	Estrategia de medios.	Difusión del recurso.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 04. Etapa I. Idea.

Nombre.	La idea.
Definición.	Esta etapa tiene como método de trabajo la lluvia de ideas; herramienta creativa que estimula la libertad de pensamiento individual, pero que en el desarrollo del mismo proceso, integra el trabajo en equipo para dar solución conjunta y en consenso a un problema específico. Dentro de este método, este ejercicio fomenta y fortalece la participación de los estudiantes que tienen un objetivo común: materializar un proyecto audiovisual, resultado de un ejercicio de campo experimental.
Objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer uso de la lluvia de ideas como método que favorece la libertad de pensamiento. - Generar espacios de reflexión académico-social para la realización futura de productos audiovisuales. - Fomentar la sinergia para desarrollar el trabajo en equipo y los posibles roles de la producción.
Intención Comunicativa.	Desde el horizonte de la comunicación horizontal, esta etapa tiene como intención estimular la libertad de pensamiento y comunicarlos a través del consenso que se establece entre la fundamentación teórica y de experticia del docente coordinador con las iniciativas de los estudiantes participantes.

Método.	<p>Como ejercicio de creatividad, esta lluvia de ideas contiene los siguientes momentos:</p> <p>Primero: todos los participantes, en clave de problemas sociales, proponen ideas generales susceptibles de ser registradas a través de los medios audiovisuales.</p> <p>Segundo: el docente guía y establece las tendencias más recurrentes planteadas por los estudiantes participantes.</p> <p>Tercero: por consenso se define una idea.</p> <p>Cuarto: el docente orienta la idea hacia la construcción de una temática y sus posibles fuentes de indagación.</p>
Intra-disciplinariedad.	Fundamentación, Periodismo, Audiovisuales.
Producto final.	Pieza sonora, producto multimedia, video, reportaje gráfico, artículo de divulgación, ponencia, informes, documentos.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 05. Etapa II. Indagación.

Nombre.	Indagación.
Definición.	<p>Esta etapa tiene como método la consulta de fuentes de información, que una vez seleccionado el tema, le permite al estudiante profundizar en el mismo a través de la indagación, búsqueda y acceso a información de personas, entidades, medios, grupos, documentos escritos, sonoros y videográficos, que provee de elementos claves al estudiante-investigador para realizar un producto audiovisual.</p>

Objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Potenciar la capacidad de indagación para profundizar en la investigación de temas especializados. - Estimular la consulta de fuentes de información académica y científica como parte integral de la producción audiovisual.
Intención Comunicativa.	Desde la dimensión instrumental de la comunicación, esta etapa tiene como intención indagar y seleccionar información de las diferentes fuentes consultadas y ampliar el horizonte temático del proyecto.
Método.	<p>Como método de consulta exige los siguientes momentos:</p> <p>Primero: identificación de posibles fuentes de información.</p> <p>Segundo: selección de fuentes primarias y secundarias.</p> <p>Tercero: clasificación de la información que le aporta al contenido del producto final.</p> <p>Cuarto: socialización entre los miembros del equipo de trabajo de los contenidos seleccionados para el desarrollo del tema.</p>
Intra-disciplinariedad.	Fundamentación, Periodismo, Audiovisuales.
Producto final.	Pieza sonora, producto multimedia, video, reportaje gráfico, artículo de divulgación, ponencia, informes, documentos.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 06. Etapa III. Taxonomía.

Nombre.	Taxonomía.
Definición.	<p>Esta etapa, que tiene como método la clasificación y priorización de los datos consultados, se concibe como la manera sistematizada de organizar la información de acuerdo a la estructura del proyecto audiovisual. Así, los subtemas se articulan entre sí y perfilan la planeación del trabajo de campo del proyecto</p> <p>Como se indagan aspectos sociales, es el método taxonómico el que indica cuáles sub-temas son los de mayor relevancia.</p>
Objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Generar actitudes valorativas en el estudiante que le permitan aprender a seleccionar información con pertinencia social. - Categorizar información de acuerdo a las exigencias y contextos de cada proyecto audiovisual. - Seleccionar información que le permita al estudiante dar forma a la estructura del proyecto, estableciendo sub-temas y contenidos.
Intención Comunicativa.	<p>Desde la concepción del paradigma crítico de la comunicación, esta etapa tiene como intención organizar y priorizar información bajo parámetros conceptuales.</p>
Método.	<p>Como método de clasificación y organización de información, esta etapa desarrolla dos momentos:</p> <p>Primero: se definen cuantitativa y cualitativamente el número de subtemas para trabajar en el proyecto audiovisual.</p> <p>Segundo: se establece una estructura en clave de los subtemas seleccionados.</p>
Intra-disciplinariedad.	<p>Fundamentación, Periodismo, Audiovisuales.</p>

Producto final.	Pieza sonora, producto multimedia, video, reportaje gráfico, artículo de divulgación, ponencia, informes, documentos.
-----------------	---

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 07. Etapa IV. Inventario.

Nombre.	Inventario.
Definición.	Esta etapa se define como el momento que configura el equipo de trabajo, los roles y recursos técnicos y tecnológicos con los que se cuenta. Es pertinente para esta etapa concebir cómo se va a desarrollar el trabajo en equipo de acuerdo a las capacidades y competencias de cada uno de los integrantes, en sinergia con el objetivo final: la realización de proyecto audiovisual.
Objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Configurar el equipo de realización para el proyecto audiovisual, de acuerdo a las capacidades y competencias de cada uno de los integrantes. - Hacer un inventario real de los recursos físicos, técnicos y tecnológicos con los que cuenta el proyecto.
Intención Comunicativa.	En el marco de la gestión de la comunicación, esta etapa tiene como intención reconocer y organizar el talento humano en virtud de las capacidades y competencias de cada estudiante.
Método.	<p>Como método que establece el inventario general de recursos humanos, técnicos y tecnológico, desarrolla dos momentos:</p> <p>Primero: se crea una lista de chequeo con los recursos técnicos y tecnológicos con los que se cuenta.</p> <p>Segundo: se definen los roles de la realización del proyecto con sus correspondientes acciones y tiempos para la ejecución del proyecto.</p>

Intra-disciplinariedad.	Fundamentación, Periodismo, Audiovisuales.
Producto final.	Pieza sonora, producto multimedia, video, reportaje gráfico, artículo de divulgación, ponencia, informes, documentos.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 08. Etapa V. Preproducción de medios.

Nombre.	Preproducción de medios.
Definición.	Esta etapa se define como el momento que diseña el recurso audiovisual; justo es el espacio para establecer las características generales y específicas que tendrá el producto final: incluye el formato y los géneros que se utilizarán.
Objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Definir los formatos del proyecto audiovisual, articulando los diferentes géneros periodísticos que el producto tiene. - Delimitar los recursos sonoros, gráficos y visuales que recrean cada uno de los géneros periodísticos del producto final.
Intención Comunicativa.	Desde las habilidades y destrezas de la comunicación audiovisual, esta etapa tiene como intención explorar y planear las diversas alternativas que ofrece el lenguaje a través de las imágenes, los sonidos y los textos, como forma de expresión comunicativa.
Método.	<p>Cómo método que pre-configura el diseño de los recursos que determinan el producto final, desarrolla tres momentos:</p> <p>Primero: se definen los formatos en los que se presentará el producto final.</p> <p>Segundo: se establecen los diferentes géneros periodísticos que tendrán los formatos finales.</p>

	Tercero: se presentan los bocetos-guiones que dan cuenta de toda la estructura del proyecto, tanto en su forma como en contenido.
Intra-disciplinariedad.	Fundamentación, Periodismo, Audiovisuales.
Producto final.	Pieza sonora, producto multimedia, video, reportaje gráfico, artículo de divulgación, ponencia, informes, documentos.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 09. Etapa VI. Producción de medios.

Nombre.	Producción de medios.
Definición.	Esta etapa se concibe como el trabajo de campo que consiste en el registro “in situ” de los fenómenos sociales y culturales propuestos, mediante la observación y participación directa en la vida cotidiana; los estudiantes-investigadores no solo observan, clasifican y analizan los hechos, sino que interpretan dichas realidades desde la condición social, época, ideología, e intereses de los protagonistas de las historia. La recolección de la información, exige un riguroso ejercicio de planificación que deviene de la etapa anterior.
Objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar el plan de trabajo de campo de acuerdo a los personajes y lugares seleccionados para el desarrollo del proyecto audiovisual. - Identificar los líderes y miembros de las comunidades como fuente primaria para la realización del trabajo de campo. - Registrar los testimonios de las personas que hacen parte del proyecto final bajo los criterios de los géneros periodísticos definidos con anterioridad.

	- Recolectar notas de campo como información complementaria para los productos audiovisuales.
Intención Comunicativa.	Como ejercicio interdisciplinario, esta etapa articula las exigencias y estándares del lenguaje audiovisual con el tratamiento sociológico que propone la Etnografía como método para el trabajo de campo.
Método.	Como método que define, planea y ejecuta el trabajo de campo, esta etapa exige tres momentos: Primero: contacto con las personas y organizaciones que harán parte del contenido del producto final. Segundo: definición de una agenda de trabajo con personajes y lugares que servirán para el registro sonoro, gráfico y/o audiovisual del proyecto. Tercero: registro de los testimonios y de la información complementaria que le da contenido audiovisual a los sub-temas del proyecto.
Intra-disciplinariedad.	Fundamentación, Periodismo, Audiovisuales.
Producto final.	Pieza sonora, producto multimedia, video, reportaje gráfico, artículo de divulgación, ponencia, informes, documentos.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 10. Etapa VII. Postproducción de medios.

Nombre.	Postproducción de medios.
Definición.	Esta etapa se define como el montaje final, que recoge todo el material registrado en la etapa de pre-producción. Es el momento que permite establecer el inventario de todo el material que se obtuvo durante el trabajo de campo para clasificarlo y seleccionar lo mejor.

Objetivos.	Realizar el montaje final de los productos de acuerdo a lo presupuestado en las etapas de preproducción y producción.
Intención Comunicativa.	Como parte integral y punto final de un producto propio del lenguaje comunicacional, la intención de esta etapa es evidenciar estándares estéticos para contenidos audiovisuales.
Método.	Como método que lleva al montaje final de todos los recursos, esta etapa incluye tres momentos: Primero: selección del material que responde a los estándares de calidad establecidos para proyectos audiovisuales. Segundo: organización secuencial del material de acuerdo a los formatos establecidos en la etapa de preproducción. Tercero: montaje final de los productos en los diferentes formatos digitales (video, sonido, multimedia o impresos)
Intra-disciplinariedad.	Fundamentación, Periodismo, Audiovisuales.
Producto final.	Pieza sonora, producto multimedia, video, reportaje gráfico, artículo de divulgación, ponencia, informes, documentos.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 11. Etapa VIII. Estrategia de medios.

Nombre.	Estrategia de medios.
Definición.	Esta etapa se define como la estrategia de divulgación de los productos comunicativos, y se dimensiona como la selección de los medios masivos que le dan visibilidad al proyecto.
Objetivos.	Crear una estrategia de divulgación que le dé visibilidad a los productos comunicativos del proyecto para darlos a conocer a diversos públicos.

Intención Comunicativa.	Como cierre de un proceso comunicativo integral, esta etapa tiene como intención dar a conocer los diversos productos comunicativos que el proyecto audiovisual genera.
Método.	Como método que lleva a la difusión de los diversos recursos, esta etapa se desarrolla a través de tres momentos: Primeramente: barrido por los diferentes medios de comunicación que tienen impacto local, nacional e internacional. Segundo: solicitud de divulgación de los productos a los diferentes medios de comunicación. Tercero: socialización de los productos divulgados entre la comunidad académica.
Intra-disciplinariedad.	Fundamentación, Periodismo, Audiovisuales.
Producto final.	Pieza sonora, producto multimedia, video, reportaje gráfico, artículo de divulgación, ponencia, informes, documentos.

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO III

REPORTAJES GRÁFICOS:

UNA APROXIMACIÓN VISUAL A LA CULTURA CARIBE

El reportaje gráfico es una poderosa herramienta comunicacional que aproxima visualmente al observador a un contexto cargado de historias, costumbres, tradiciones, mitos, creencias, lenguajes y prácticas. Para el caso de la metodología *Formas y Formatos para la construcción de historias audiovisuales*, este entorno cultural se dimensiona desde el Caribe y sus múltiples posibilidades; es decir, desde las diversas manifestaciones humanas que atraviesan la identidad de los pueblos y expresan los estilos de vida de las personas y los grupos sociales.

Abordar desde el lente de la cámara fotográfica los modo de vida de la población, significa contar con la mejor aliada para captar momentos únicos que quedarán registrados en la mente del fotógrafo y en la retina del lector. Son imágenes que reseñan qué hacen, cómo piensan, cómo se comportan, cuáles son sus perspectivas, cómo interactúan, cómo se comunican y qué practicas siguen vigentes entre los colectivos a pesar del paso de las generaciones; claro está, bajo la influencia de nuevas formas de ver la vida... el mundo.

La apropiación de los medios audiovisuales motiva el espíritu creativo y crítico de los estudiantes, quienes en búsqueda de nuevas historias, estimulan el arte con otras posibilidades narrativas, haciendo de los contenidos y las imágenes procesos

transversalizados por la indagación, información, análisis, comprensión y sistematización: una apuesta a la investigación del entorno cultural que desde la facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia ha encontrado en la televisión, la radio, las TIC y los medios impresos, sus escenarios propicios para su divulgación y visibilidad local y global. Y que para el caso particular de esta propuesta editorial se plasma en un solo producto: la compilación de reportajes gráficos como expresión de toda la metodología.

Tal como lo menciona Gina Morelo en el prólogo, desde este momento damos paso a una mixtura cultural de siete porciones geográficas: Tuchín, Lorica, San Sebastián, San Antero y Tierralta, en Córdoba; y Mompox y Cartagena, en Bolívar; principio y origen de historias de tradiciones que albergan las respuestas de lo que somos como personas, colectivos, pueblos, departamento y región. Bienvenidos al reportaje gráfico *Una aproximación visual a la cultura Caribe*, considerado un acercamiento a la realidad, no la realidad en sí misma porque esta merece ser abordada y contada más desde la comunicación que desde los medios.

Reportaje I. Ficha técnica.

Porción geográfica.	Tuchín.
Ubicación geográfica.	Municipio ubicado en la parte norte del departamento de Córdoba, Colombia.
Para destacar.	Conocido por fabricar el Sombrero Vueltiao, considerado símbolo de Colombia. Poblado por Indígenas, descendientes de la etnia Zenú.
Fotografías.	Estudiantes, docentes, integrantes del Semillero Formas y Formatos de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia.
Publicación.	FORERO SANDOVAL, Julián. Reportaje gráfico Tuchín: tejido social indígena hecho artesanía. Universitas Científica, [S.l.], v. 15, n. 2, p. 72-79, mar. 2013. ISSN 1692-0155. Disponible en: < https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/1586/1541 >. Fecha de acceso: 16 ago. 2017
DOI.	https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/1586/1541

Fuente: elaboración propia.

TUCHIN: TEJIDO SOCIAL INDÍGENA HECHO ARTESANÍA

Por: Julián Darío Forero Sandoval

Embarcados como tripulantes en un viaje al pasado, un grupo de estudiantes liderados por el semillero de investigación *Formas y Formatos* de la Facultad de Comunicación Social Periodismo de Montería, “atraparon” en cápsulas fotográficas, las artesanías más representativas del Municipio de Tuchín. Este municipio ubicado al norte del Departamento de Córdoba, y cuya economía depende en un 70% de sus artesanías, es fiel heredero de las costumbres Zenú, gracias a su tradición que se ha trenzado por más de 300 años de vida.

Inspirados en las bondades de la naturaleza, toda la artesanía de Tuchín se basa en el procesamiento de una fibra natural proveniente de una palmera, conocida en la región como la caña flecha. Desde su selección según el grosor, el teñido de sus atractivos colores y el trenzado infinito de sus formas geométricas, pulseras, tapetes, zapatos, aretes, correas, bolsos y el reconocido sombrero vueltiao, adquieren vida propia para el gusto de los más de 35 mil turistas que lo visitan anualmente, y de los cientos de colombianos que se visten con estos accesorios originales.

Este ejercicio de registro visual, articuló los cursos de Imagen II, Reportero Gráfico y Antropología Cultural, a través de un proyecto

de aula que lideró el semillero de investigación FyF. Experimento que se fundamentó en principios teóricos aprehendidos y que sobrepasó las fronteras del aula de clases, para involucrarse en la realidad de un mundo que emerge de la propia cultura regional cordobesa, con una sola intención educativa: aprender que Tuchín simboliza el tejido social indígena colombiano hecho artesanía. Las fotografías que se presentan en este reportaje gráfico, fueron tomadas por la docente María Cecilia Pérez Berrocal y algunos estudiantes de la facultad de Comunicación Social-Periodismo, con el objetivo de transformar las experiencias vividas con la comunidad de Tuchín, en productos culturales nacidos del corazón Zenú.



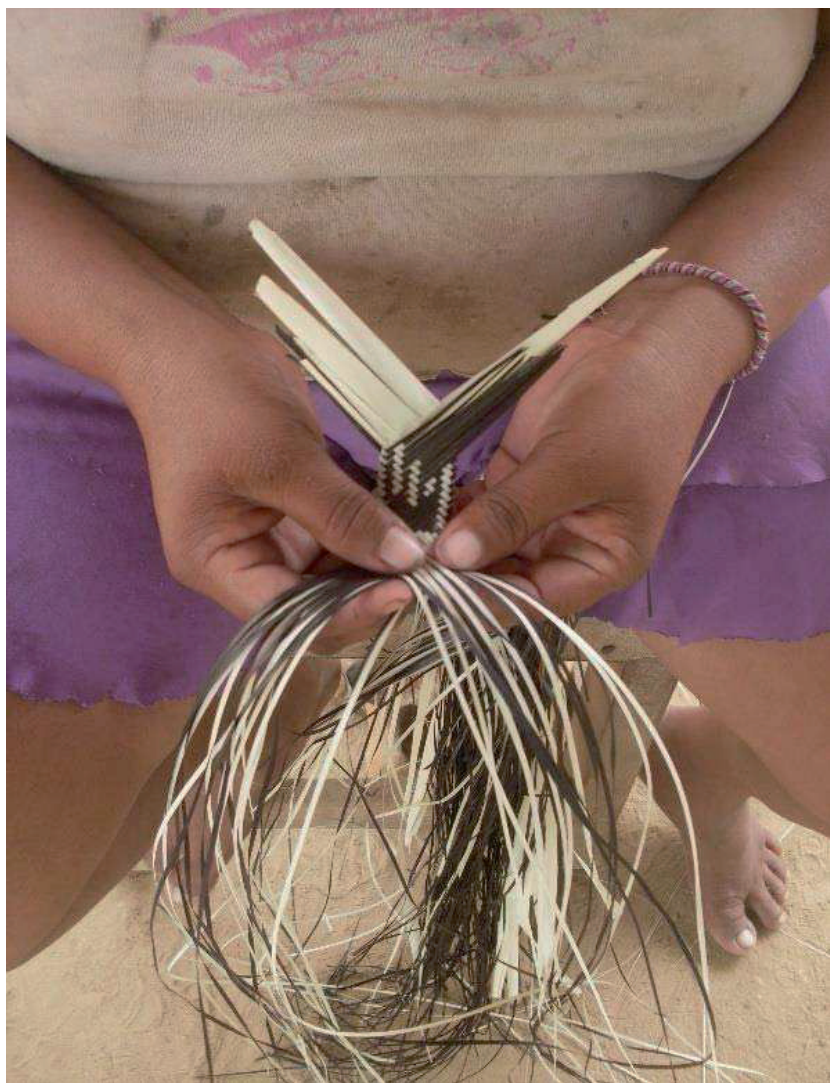
Cultivo de Caña flecha.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Plantas de caña flecha en patio de casa de la región.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Artesano de Tuchín cosiendo sombrero vueltiao.
Foto: Cristina Madera.



Indígena trenzando la caña flecha para elaborar artesanía.
Foto: Linda Benavides.



Secado de la fibra de la Caña Flecha.
Fotos: María Cecilia Pérez B.



Artesana de Tuchín elaborando bolso de caña flecha.
Foto: Cristina Madera.



Artesanías elaboradas con fibra de Caña Flecha.
Foto: Carolina Galeano.



Artesanías elaboradas con fibra de Caña Flecha para comercializar.
Foto: Carolina Galeano.



Productos artesanales de Iraca, también llamada artesanía popular
Foto: María Cecilia Pérez B.



Plaza de Mercado de Tuchín.
Foto: María Cecilia Pérez B.

Reportaje II. Ficha técnica.

Porción geográfica.	Mompox.
Ubicación geográfica.	Municipio ubicado en el departamento de Bolívar, Colombia.
Para destacar.	Declarado en 1959 Monumento Nacional y Patrimonio de la Humanidad por las UNESCO en 1995. Caracterizada por la arquitectura colonial.
Fotografías.	Estudiantes, docentes, integrantes del Semillero <i>Formas y Formatos</i> de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia.
Publicación.	FORERO SANDOVAL, Julián. Reportaje gráfico. Mompox: retratos de un pasado bañado por la afluencia del río grande de la Magdalena. Universitas Científica, [S.l.], v. 16, n. 1, p. 76 - 81, sep. 2013. ISSN 1692-0155. Disponible en: < https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/1975/1817 >. Fecha de acceso: 13 abr. 2016.
DOI.	https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/1975/1817

Fuente: elaboración propia.

MOMPOX: RETRATOS DE UN PASADO BAÑADO POR LA AFLUENCIA DEL RÍO GRANDE DE LA MAGDALENA

Por: Julián Darío Forero Sandoval

Ubicada en la isla Margarita, la más grande de Colombia, el semillero de investigación *Formas y Formatos* de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de Montería, logro el registro visual de Mompox, una verdadera joya arquitectónica con más de 400 años de buen añejamiento. Emulando el desembarco que hizo el conquistador Rodrigo de Bastidas en 1501 a orillas del río Magdalena, los jóvenes estudiantes del Semillero de Investigación, “armados” de tecnología de siglo XXI, le despojaron al tiempo sus manecillas de reloj para adentrarse en una aventura que los llevó por un viaje de 400 años atrás, en la historia de este pueblo de Colombia declarado desde 1995 por la Unesco Patrimonio de la Humanidad.

Esta práctica de campo, auténtico ejercicio de los que se forjan como investigadores, requiere como requisito “obligatorio” el traje de la aventura. Para llegar a ese encantador paraje de la geografía nacional, hay que hacer un recorrido -desde Montería- de cuatro horas por tierra y una por Ferry hasta llegar a un puerto conocido como Bodega, donde se toma un transporte hacia la emblemática ciudad de Mompox. Galardonada con una rica amalgama de títulos como Monumento Nacional, Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, Ciudad Valerosa y Ciudad Museo; a su llegada les obsequia a los visitantes una arquitectura de casonas e iglesias de

los siglos XVI al XVII, que hacen sentir que el tiempo se ha detenido inexorablemente.

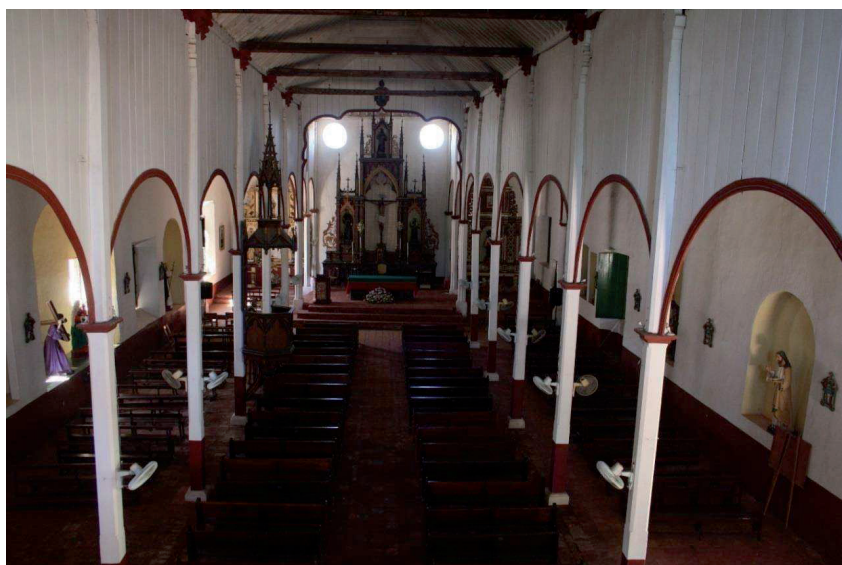
Casas blancas que engalanan sus calles, son acompañadas por las suaves melodías del viento que sopla desde el río Magdalena, hicieron el marco perfecto para “capturar” en los lentes de este grupo de jóvenes Comunicadores Sociales, estas joyas culturales y arquitectónicas, que los transportó en el tiempo para “congelar” en numerosas imágenes, un lugar que conserva el encanto de los tiempos que ya se fueron.



Calle de la Albarrada.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Cementerio de Mompox.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Iglesia de Mompox.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Calle con arquitectura colonial.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Campanario iglesia de la población.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Iglesia de Santa Bárbara construida en 1613.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Calle a la orilla del río Magdalena.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Casas de tapia.
Foto: María Cecilia Pérez B.



La bicicleta, medio de transporte tradicional.
Foto: María Cecilia Pérez B.

Reportaje III. Ficha técnica.

Porción geográfica.	Lorica.
Ubicación geográfica.	Municipio ubicado en la parte norte del departamento de Córdoba, Colombia.
Para destacar.	Conocida como Ciudad Antigua y Señorial, la capital del Bajo Sinú, la capital del Bocachico y Lorica Saudita.
Fotografías.	Estudiantes, docentes, integrantes del Semillero <i>Formas y Formatos</i> de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia.
Publicación.	FORERO SANDOVAL, Julián. Reportaje gráfico: Santa Cruz de Lorica: reflejos de un espejo con color de antaño. <i>Universitas Científica</i> , [S.l.], v. 16, n. 2, p. 74 -81, ene. 2014. ISSN 1692-0155. Disponible en: < https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/2226/1996 >. Fecha de acceso: 13 abr. 2016
DOI.	https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/2226/1996

Fuente: elaboración propia.

SANTA CRUZ DE LORICA: REFLEJOS DE UN ESPEJO CON COLOR DE ANTAÑO

Por: Julián Darío Forero Sandoval

Santa Cruz de Lórica, por su ubicación privilegiada sobre el río Sinú y su corta distancia del mar, favoreció la entrada de los conquistadores españoles, los funcionarios y pobladores coloniales, los negociantes cartageneros, franceses, italianos, norteamericanos y sirio-libaneses.

Bañada por la Ciénaga Grande de Lórica y el mar Caribe, esta insular población del Departamento de Córdoba, que desde finales del siglo XIX fue la puerta de entrada comercial al río Sinú, se convirtió en el escenario mágico que le permitió al semillero de investigación *Formas y Formatos* de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de Montería, hacer un registro visual que congeló en el tiempo un estilo arquitectónico republicano y que identifica a esta enigmática región del norte de Colombia.

En la década del Veinte, Lórica contaba con el mercado más concurrido de toda la región, una hermosa edificación de mampostería con gradas hacia el río, declarado Monumento Nacional en 1996 y restaurado recientemente.

Durante el siglo XIX y parte del XX, el río Sinú fue la principal vía de comunicación de Lórica y motor de su progreso. Con la sedimentación del río y la construcción de las carreteras, dejó ser centro estratégico del comercio en la región del Sinú.

En reciente concepto del Ministerio de Cultura, veintinueve construcciones fueron declaradas de interés cultural, por sus estilos republicanos, mozárabes y eclécticos, construidas en su mayoría por comerciantes árabes y algunos miembros de la élite criolla. Ejemplo de ello es el edificio Afiffe Matuk, que data de 1929. Las construcciones históricas de Lorica son esencialmente de estilo republicano; las edificaciones más antiguas todavía se conservan, muchas de ellas remodeladas y otras restauradas, como el Edificio González, antigua vivienda de inmigrantes españoles y que hoy es la Alcaldía Municipal (data de 1929).

Lorica es centro histórico y poblado de interés cultural del orden nacional. La mayoría de construcciones, como el edificio Teresita Corrales de Martínez (data de 1890), fueron modelos realizados por arquitectos cartageneros, que plasmaron muchas de las características constructivas de su tierra, pero en otros casos, se vieron en la necesidad de complacer los gustos de un grupo considerable de inmigrantes.

El municipio fue presa fácil de los incendios, pues la mayoría de las construcciones eran de madera, bahareque y techos de paja. Esto obligó a las familias de mayores recursos a construir sus casas en mampostería, lo que ayudó a cambiar la fisonomía de la población.

Por su condición “insular”, las arremetidas del río fueron frecuentes. En la primera mitad del siglo XX se recuerdan seis grandes crecientes; en 1938 se tomó la decisión de construir una muralla de protección contra las inundaciones, que se terminó en 1940 y sirvió además como muelle para las embarcaciones. Santa Cruz de Lorica,

por su ubicación privilegiada sobre el río Sinú y su corta distancia del mar, favoreció la entrada de los conquistadores españoles, los funcionarios y pobladores coloniales, los negociantes cartageneros, franceses, italianos, norteamericanos y sirio-libaneses.



Mercado Público de Lorica.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Vista del río Sinú desde el mercado público.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Edificio Afiffe Matuk, data de 1929.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Edificio González, hoy Alcaldía Municipal, data de 1929.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Edificio Teresita Corrales de Martínez, data de 1890.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Casa en mampostería.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Muralla de protección contra las inundaciones, data de 1940.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Vista del muelle y la muralla desde el río en el Mercado Público de Lórica.

Foto: María Cecilia Pérez B.

Reportaje IV. Ficha técnica.

Porción geográfica.	San Sebastián.
Ubicación geográfica.	Ubicado en el municipio de Lorica, Córdoba, Colombia.
Para destacar.	Tierra de alfareros y pintores herederos de una tradición artística cuyos orígenes se remontan al 3000 antes de Cristo.
Fotografías.	Estudiantes, docentes, integrantes del Semillero <i>Formas y Formatos</i> de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia.
Publicación.	FORERO SANDOVAL, Julián. Reportaje gráfico: San Sebastián de Urabá: un soplo de barro hecho arte. Universitas Científica, [S.l.], v. 17, n. 1, p. 66 - 75, sep. 2014. ISSN 1692-0155. Disponible en: < https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/2712/2374 >. Fecha de acceso: 13 abr. 2016.
DOI.	https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/2712/2374

Fuente: elaboración propia.

SAN SEBASTIAN DE URABÁ: UN SOPLO DE BARRO HECHO ARTE

Por: Julián Darío Forro Sandoval

Como una metáfora inspirada en la creación divina, este pueblo enclavado en la Ciénaga Grande de Lórica de la costa Caribe colombiana, es reconocido en la región por su generosa tradición alfarera, lo que les ha permitido transformar las partículas de polvo y arcilla propias del barro, en ricas y variadas representaciones artísticas cargadas de historia.

San Sebastián de Urabá ubicado 8 kilómetros de Lórica, sobre el caño de Aguas Prietas, es un pueblo de alfareros herederos de una tradición artística cuyos orígenes se remontan al 3.000 antes de Cristo. En el cerro el Mohán, Momil, el arqueólogo Geraldo Reichel Dolmatoff encontró piezas cerámicas que datan de esta fecha, y que junto con las de Puerto Hormiga, Bolívar, son las más antiguas de América del Sur.

San Sebastián de Urabá, ha dedicado su producción artesanal a las ollas, múcuras, tinajas, tinajones, cántaros, pitos, figuras humanas, animales, vegetales, materas y máscaras, entre otras piezas caracterizadas por la variedad de sus técnicas, diseños, decoraciones y formas en alto relieve. En la fina y dedicada elaboración de sus piezas, el barro es la materia prima que se extrae de la Ciénaga Grande, labor que generalmente es realizada por los hombres de la familia.

Para lograr un material maleable, se eliminan las impurezas, se mezcla con arena “muerta”, que se desprende de los peñascos cercanos cuando llueve o con arena del río, cernida. Así, se inicia el proceso de pisado, hasta obtener una mezcla que se amasa y compacta. La elaboración de las figuras se hace friccionando el bollo de barro contra la mano del artesano hasta levantar la pieza, todo a mano; luego se deja secar y se decora en alto o bajo relieve.

El sol seca la pieza y luego se quema, a la usanza, con leña al aire libre o en hornos, ya que no cuentan con recursos más amigables con el medio ambiente, factor que aumenta la deforestación en los alrededores del poblado. San Sebastián de Urabá podría llegar a ser un importante mercado artesanal de contar con el apoyo estatal, cuyas obras hacen eco a sus orígenes y a la armoniosa síntesis que representa su cultura.



Ciénaga Grande de Lorica de la costa caribe colombiana.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Proceso de preparación del barro.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Réplicas en cerámica de las figuras Zenúes.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Producción artesanal: tinajas.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Producción artesanal: figuras humanas.

Foto: María Cecilia Pérez B.



Producción artesanal: figuras de animales.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Representación de entierro indígena.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Proceso de elaboración de las tinajas.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Horno construido artesanalmente.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Horno de leña.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Artesana decorando figuras de barro.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Hijo de artesanos en durmiendo chinchorro.
Foto: María Cecilia Pérez B.

Reportaje V. Ficha técnica.

Porción geográfica.	San Antero.
Ubicación geográfica.	Municipio ubicado en la Costa Norte de Colombia en el departamento de Córdoba.
Para destacar.	Único municipio de Colombia con delfines costeros y donde crecen cinco tipos de manglares diferentes.
Fotografías.	Estudiantes, docentes, integrantes del Semillero <i>Formas y Formatos</i> de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia.
Publicación.	MÚNERA MONSALVE, Mariana. Reportaje gráfico: De cazadores a protectores. Universitas Científica, [S.l.], v. 18, n. 1, p. 46 - 57, ago. 2015. ISSN 1692-0155. Disponible en: < https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/5080/4654 >. Fecha de acceso: 13 abr. 2016.
DOI.	https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/5080/4654

Fuente: elaboración propia.

DE CAZADORES A PROTECTORES

Por: Mariana Múnera Monsalve

El Semillero *Formas y Formatos* de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la UPB llegó hasta la Bahía Cispatá en San Antero, Córdoba, para documentar cómo un grupo de dieciocho pescadores pasaron de ser cazadores ilegales de cocodrilos a conservacionistas de la especie.

A 80 kilómetros de Montería, capital del Departamento de Córdoba, está el municipio de San Antero, localizado en el bajo Sinú y a orillas del Mar Caribe. Sus manglares y hermosas playas lo hacen uno de los lugares más turísticos de la región. Es una zona cálida y de tierras fértiles para la agricultura, especialmente para el cultivo de arroz, maíz, tubérculos y coco. Igualmente, su población se dedica a otras actividades económicas como la pesca, el turismo y la artesanía. Rico en flora y fauna puesto que cuenta con la Bahía de Cispatá, lugar con un inmenso manglar que alberga gran número de especies animales y vegetales.

En esta Bahía donde la naturaleza deja al descubierto su belleza y tranquilidad, desde hace diez años sus habitantes tienen una tarea en común: cuidar y preservar la especie caimán aguja o cocodrilo “acutus”, que habita en sus manglares.

Años atrás esta población se dedicaba a la pesca de esta especie para el consumo de la carne y venta de la piel. Con esta práctica el cocodrilo estaba en peligro de extinción y con ello los manglares,

puesto que en la cadena de alimentación, éstos ayudan a la funcionalidad natural de los ecosistemas.

Fue así, como dieciocho cazadores de caimanes, comprometidos con la supervivencia de la especie y la recuperación de los manglares, conformaron la Asociación de Caimaneros de San Antero -Asocaimán-, y pasando de ser cazadores ilegales de cocodrilos a protectores.

Este proyecto es liderado por Asocaimán y la Corporación Autónoma de los Valles del Sinú y del San Jorge -CVS-. En el marco de esta iniciativa se construyó en la vereda Amaya de la Bahía Cispatá, una estación para la preservación de la especie, donde se crían y reproducen estos caimanes.

La docente María Cecilia Pérez Berrocal, líder del Semillero de Investigación *Formas y Formatos*, llegó junto con Santiago Obando, Juan José Aristizábal, Gisell Espitia y Juan Sebastián Peña, estudiantes de Comunicación Social-Periodismo, hasta la vereda Amaya de la Bahía Cispatá, para levantar las memorias gráficas y audiovisuales de cómo fue el cambio de cazadores a protectores de caimanes. Durante el semestre realizaron tres visitas de campo que les permitió conocer el proyecto, sus actores y los beneficios que ha traído a la comunidad.

Como resultado el semillero realizó un video que relata la experiencia de esta comunidad e incluye entrevistas a representantes de Asocaimán y funcionarios de la Corporación Autónoma de los Valles del Sinú y del San Jorge.

Las fotografías presentadas en este reportaje gráfico hacen parte de la memoria gráfica que la docente María Cecilia Pérez Berrocal y sus estudiantes levantaron sobre el proyecto de “Cazadores a protectores”.

“El objetivo de nuestro semillero con este trabajo era conocer como fue el proceso cultural de esta comunidad para cambiar de cazadores a protectores de caimanes y dejar esto registrado audiovisualmente” dice la docente Pérez Berrocal.



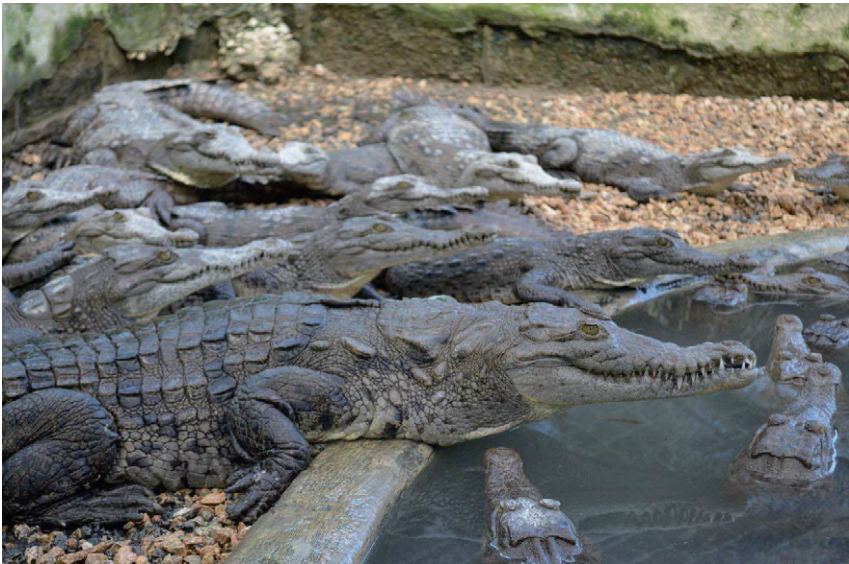
Neonato de Caimán Aguja.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Cocodrilo adulto.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Liberación de Caimán Aguja.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Estanque de cocodrilos.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Manglar en San Antero.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Estanques piscícolas.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Vista de la Bahía de San Antero.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Playa de San Antero.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Liberación de caimán en manglar.
Foto: María Cecilia Pérez B.

Reportaje VI. Ficha técnica.

Porción geográfica.	Tierralta.
Ubicación geográfica.	Municipio ubicado al sur del departamento de Córdoba, Colombia.
Para destacar.	En este municipio se ha desarrollado desde tiempo atrás la comunidad indígena Emberá Katío, cuya actividad económica está soportada actualmente en la agricultura y en la explotación de recursos maderables.
Fotografías.	Estudiantes, docentes, integrantes del Semillero <i>Formas y Formatos</i> de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia.
Publicación.	GIL SALCEDO, Claudia Patricia. Reportaje gráfico: El Alto Sinú, paraíso de los Emberá Katíos. <i>Universitas Científica</i> , [S.l.], v. 17, n. 2, p. 60 - 69, abr. 2015. ISSN 1692-0155. Disponible en: < https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/3246/2916 >. Fecha de acceso: 13 abr. 2016.
DOI.	https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/3246/2916

Fuente: elaboración propia.

EL ALTO SINÚ, PARAÍSO DE LOS EMBERÁ KATÍOS

Por: Claudia Patricia Gil Salcedo

Hasta los Pollos, en la antigua Hacienda Tay, llegaron los investigadores de la UPB para conocer más a estos descendientes de los Caribes.

Unos 78 kilómetros separan a Montería, capital del Departamento de Córdoba, de Tierralta. Tras hacer ese trayecto por una carretera que parece una trocha, se llega a unos de los valles más fértiles del país. Un hermoso paisaje, el campesino cordobés laborioso jarriando su burro cargado de astillas de madera u otro elemento a lo largo del camino, y ejemplares de ganado vacuno son los principales elementos que el visitante observa a lo largo de las casi dos horas que dura el viaje hasta la cabecera municipal de Tierralta.

Hasta ese lugar se desplazaron los docentes María Cecilia Pérez Berrocal y Rafael Figueroa Altamiranda para realizar un trabajo interdisciplinar con los estudiantes de Comunicación Social-Periodismo desde las materias Imagen II y Antropología Cultural, acompañados también por el Semillero de investigación.

Durante el semestre los docentes, cada uno desde su curso, enriquecen el ejercicio desde su área de conocimiento y posibilitan a los estudiantes unas experiencias de aula que motivan la

investigación y el acercamiento a regiones de Córdoba poco conocidas por los jóvenes, desde una mirada social y antropológica.

En su mayoría los Emberá Katío se ubican en el noroccidente del departamento de Antioquia y en los departamentos del Chocó y Córdoba, sobre los ríos Sinú, Esmeralda y río Verde, asentados en caseríos, con características culturales propias como la lengua, la tradición oral, cosmovisión y su particular organización social, explica María Cecilia.

En la vía que de Tierralta conduce a la Represa de Urrá, el grupo de investigadores visitó la comunidad de los Pollos. Si revisamos la historia, esa misma zona hace 40 años era un potrero de la Hacienda Tay, propiedad de la Familia García Parra. Luego de la construcción de la Represa, en esa zona fueron reubicados algunos indígenas de esta étnia.

Las imágenes que apreciamos en este reportaje dan cuenta de la investigación que llevaron a cabo los chicos. “Se estudiaron aspectos como su economía, la cual está sustentada en el cultivo del maíz, plátano y yuca. Esta étnia también se caracteriza por ser cazadores, labor desarrollada por los hombres, mientras las mujeres se dedican al cuidado del hogar, la pesca, la huerta casera y cría de especies menores”, explica la Profesora Pérez Berrocal.

Según la investigadora que “ellos usan pintura corporal –Kipará- que hacen en la espalda, el rostro, las piernas, las manos y el pecho, con dibujos geométricos, con tintes extraídos de la jagua y el achiote,

vínculo directo que mantiene esa conexión vital con el mundo vivo que da sustento a la vida de su pueblo”.

Sus viviendas, conocidas como tambos, son un armazón de madera circular o rectangular, construida sobre pilotes a una altura de 1.50 o 2 metros sobre el nivel del suelo, con techo de hojas de palma amarga, como se conoce en la zona.



Tambo-vivienda Emberá Katio.
Foto: María José Niebles C.



Hornilla en tambo.
Foto: María José Niebles C.



Dormitorio en tambo.
Foto: Juneth Galeano.



Sala en tambo.
Foto: Juneth Galeano.



Cocina en tambo.
Foto: María José Niebles C.



Jóvenes Emberá Katio con Kipará.
Foto: Paola Salazar.



Bebé Emberá Katío.
Foto: María José Niebles C.



Niños Emberá Katíos.
Foto: Camila Sotelo.



Mujer Emberá Katío en labores del hogar.
Foto: María José Niebles C.



Pintura corporal Kipará.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Niña con Kipará.
Foto: Paola Salazar

Reportaje VII. Ficha técnica.

Porción geográfica.	Cartagena.
Ubicación geográfica.	Capital del departamento de Bolívar, Córdoba, Colombia.
Para destacar.	Declarada Patrimonio Nacional de Colombia en 1959 y por la Unesco Patrimonio de la Humanidad en 1984. Considerada uno de los puertos más importantes de América, reconocida por ser centro histórico y destino turístico de Colombia y el Caribe.
Fotografías.	Estudiantes, docentes, integrantes del Semillero <i>Formas y Formatos</i> de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Colombia.
Publicación.	SÚAREZ DÍAZ, Laura. Reportaje gráfico: Así se explora Cartagena. Universitas Científica, [S.l.], v. 19, n. 1, p. 78 - 87, sep. 2015. ISSN 1692-0155. Disponible en: < https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/6795/6221 >. Fecha de acceso: 13 abr. 2016
DOI.	https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/6795/6221

Fuente: elaboración propia.

ASÍ SE EXPLORA CARTAGENA

En su paso por Cartagena, los asistentes percibieron a la ciudad como un espacio rico en múltiples expresiones que involucraban tanto a propios como visitantes.

Por: Laura Suárez Díaz

Ubicada en el caribe colombiano, la ciudad de Cartagena se convirtió en el lugar idóneo para fusionar los saberes de la antropología y la fotografía a través de la experiencia de estudiantes y docentes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, quienes durante el primer semestre del 2015 aplicaron sus conocimientos en una práctica multisensorial por algunos rincones de la ciudad amurallada.

De esta manera, estudiantes de los cursos de *Imagen II* y *Antropología Cultural*, aunaron esfuerzos con algunos miembros del Semillero de Investigación *Formas y Formatos*, para responder cómo se huele, cómo se ve y cómo se percibe la capital de Bolívar durante cuatro días.

“Cartagena de Indias fue el pretexto visual para buscar el mejor “encuadre” que impulsó este proyecto académico, con el objetivo de enriquecer la formación de los estudiantes de la facultad de Comunicación Social-Periodismo, no solamente por llevar a práctica sus fundamentos teóricos, sino porque además permitió explorar las manifestaciones de la cultura regional del caribe colombiano”, dice la

profesora María Cecilia Pérez, líder de las salidas que se realizan semestralmente en la Facultad.

Tierra de multiculturalidad y folclor.

El trabajo de campo se dividió en diferentes áreas tales como: ciudad antigua, ciudad moderna, arquitectura, industrialización, entre otras; y aunque si bien todos participaron en el recorrido, cada subgrupo se concentró de manera distinta a la hora de abordar las particularidades encontradas.

Como menciona la docente, “el ejercicio comunicativo permitió ver a Cartagena como una ciudad rica en expresiones culturales y folclóricas”, y es que es preciso anotar que la ciudad se conforma en torno a una fusión de sonidos, gastronomía, estilos de vida, tradiciones y culturas. Así mismo, se podría asegurar incluso que por su evidente diversidad, la capital del departamento de Bolívar es una de las ciudades más reconocidas en América.

De las salidas realizadas por la Facultad hasta el momento, cabe mencionar la importancia de destacar las expresiones culturales y folclóricas de cada lugar, ya que se trata de ir más allá de las experiencias turísticas para convertirse en parte del terreno mientras se explora. Fue así como, al trascender la espacialidad misma: mirando, conversando, sintiendo, oliendo y explorando; mientras se explotaban las posibilidades de la cámara fotográfica, los asistentes se apropiaron de cada lugar visitado en La Heroica.

Algunos de los aspectos más destacados de la experiencia son:

- Aplicar los conocimientos obtenidos en el aula mientras se da paso a nuevos hallazgos, es uno de los objetivos trazados por miembros de la UPB de Montería.
- Los recorridos se concentran en la exploración de sitios históricos, mientras se van aplicando métodos etnográficos durante el trabajo de campo.
- Los participantes aprovecharon el flujo de la ciudad durante las mañanas para no afectar las dinámicas propias de cada espacio. Estas fotografías constituyen un detrás de cámaras de lo que se vivió durante la exploración.
- Los estudiantes y docentes involucrados, han compartido su experiencia en los encuentros de semilleros.



Edificaciones coloniales de Cartagena.
Foto: María Cecilia Pérez B.



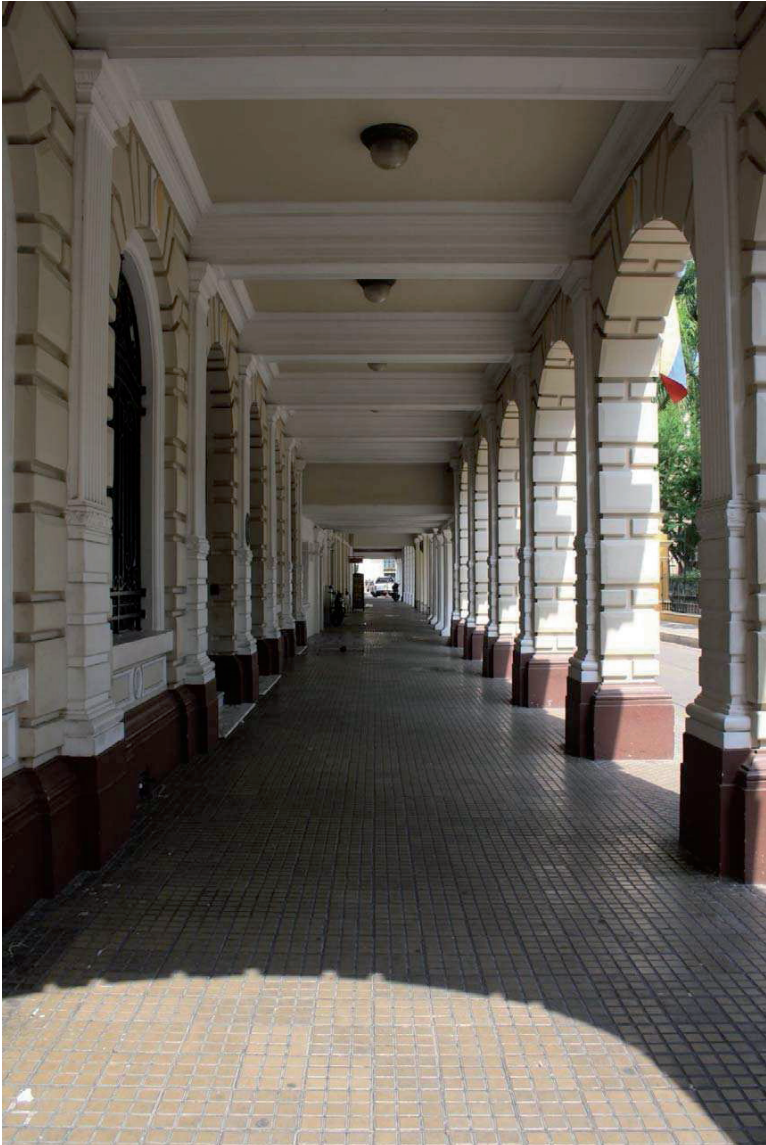
Casco histórico Cartagena de Indias.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Escultura ubicada en el Corralito de Piedra.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Guillotina Palacio de la Inquisición.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Arcos en edificación colonial.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Balcones en construcción colonial.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Pieza Precolombina de la cultura Zenú -Nariguera- fabricada en oro.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Pieza Precolombina de la cultura Zenú fabricada en barro.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Pieza Precolombina de la cultura Zenú fabricada en oro y madera.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Pieza Precolombina de la cultura Zenú -Rodillo- fabricada en barro.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Convento de la Candelaria, Cerro de la Popa.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Castillo de San Felipe de Barajas.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Castillo de San Felipe una de las siete maravillas de Colombia
Foto: María Cecilia Pérez B.



Vista a construcciones modernas de la ciudad.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Panorámica de la Bahía de Cartagena desde el Cerro de la Popa.
Foto: María Cecilia Pérez B.

REFERENCIAS

Amezcuca, M. (2000). El Trabajo Etnográfico en Salud: Una Aproximación a la Observación Participante. *Index de Enfermería* 2000; No. 30 p. 30-35 Biblioteca Virtual Fundación Index (www.index-f.com/lic.htm). Granada España.

Durand, G. (1990). *La imaginación simbólica*. Tomado de Luis Galarza "*La Interpretación de los símbolos*". Ed. Anthropos, Barcelona.

Ember, M. Maccormanck, C. (1997). *Antropología Cultural: Descripción de una cultura*. e.d. 8. Madrid: McGraw-Hill, 1997.

Ferrés, J. La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Quaderns del GAC*. No. 25. S.I. s.f.

James, W. (1963). *Psychology, ed. con una introducción de Ashley Montagn*. Nueva York, pág. 157.

Kaplan, A. (1964). *El camino de la investigación. Metodología para las ciencias del comportamiento*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1970 (Chandler publishing Co. 1964)

Manual de Semilleros de Investigación (2015). Centro de Investigación para el Desarrollo y la Innovación -CIDI-. Universidad Pontificia Bolivariana Colombia Montería.

Martínez, M. (1994). *El paradigma emergente, hacia una nueva teoría de la racionalidad científica*". El esquema presentado y algunas ideas claves se basan en los planteamientos de WATZLAWICK, Paul. El lenguaje del cambio. Nueva técnica de la comunicación terapéutica. Barcelona.

Martínez, M. (1994). *La investigación cualitativa etnográfica en educación. Manual teórico-práctico*. 2ª edic. México: Trillas.

Ocampo, M (2009). *Comunicación, semiótica y estética: desde una perspectiva realista*. México Trillas.

Pineda, N. (1999). *Tres Conceptos de ciudadanía para el desarrollo de México*. México: Este País 101.

Piñuel, J (1995). *Metodología general: conocimiento científico e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Valero, J. (2001). *La Infografía*. Universidad de Valencia-Universidad Autónoma de Barcelona.

ANEXO: DETRÁS DE CÁMARA



Estudiantes de UPB en Tuchín.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Estudiantes de UPB - Tuchín
Foto: María Cecilia Pérez B.



Estudiantes de UPB en Loricá.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Estudiantes de UPB en San Antero.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Docentes y estudiantes de UPB en Tierralta.
Foto: María Cecilia Pérez B.



Docentes y estudiantes de UPB en Cartagena.
Foto: María Cecilia Pérez B.

**More
Books!** 



yes
I want morebooks!

Buy your books fast and straightforward online - at one of the world's fastest growing online book stores! Environmentally sound due to Print-on-Demand technologies.

Buy your books online at
www.get-morebooks.com

¡Compre sus libros rápido y directo en internet, en una de las librerías en línea con mayor crecimiento en el mundo! Producción que protege el medio ambiente a través de las tecnologías de impresión bajo demanda.

Compre sus libros online en
www.morebooks.es

OmniScriptum Marketing DEU GmbH
Bahnhofstr. 28
D - 66111 Saarbrücken
Telefax: +49 681 93 81 567-9

info@omniscrptum.com
www.omniscrptum.com

OMNIScriptum



