

Un enfoque del audiovisual etnográfico hacia el desarrollo y la inclusión social de los pueblos indígenas y afrodescendientes de Centroamérica

*An approach to the ethnographic audiovisual producción towards
development and social inclusion of indigenous peoples
and Afro-descendants in Central America*

*Uma abordagem para o audiovisual etnográfica no sentido
do desenvolvimento e inclusão social dos povos indígenas
e Afro-descendentes na América Central*

Luis BRUZÓN DELGADO
Angel HERNANDO GÓMEZ

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 129, agosto - noviembre 2015 (Sección Informe, pp. 381-399)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-04-2015 / Aprobado: 21-01-2016

Resumen

La comunicación se presenta en este artículo como un elemento estratégico capaz de fortalecer y estimular el binomio cultura y desarrollo y de promover el diálogo intercultural para, a su vez, dinamizar los conceptos de identidad cultural, fomento de la creatividad y convivencia pacífica entre los pueblos, con el fin impulsar estrategias de desarrollo e inclusión social de los pueblos indígenas y afrodescendientes de Centroamérica. El audiovisual etnográfico, subproducto de dicho planteamiento, emerge como una herramienta susceptible de estudio y proyección.

Palabras clave: comunicación para el desarrollo; cambio social; diálogo y participación; identidad cultural.

Abstract

This paper presents communication as a strategic element capable of strengthening and stimulating the both culture and development, and promoting intercultural dialogue; and at the same time, stimulating concepts of cultural identity, the encouraging of creativity and peaceful coexistence between peoples, in order to promote development strategies and social inclusion of indigenous peoples and Afro-descendants in Central America. The audio-visual ethnographic, by-product of such an approach, emerges as a subject of study and projection tool.

Keywords: communication for development; social change; dialogue and participation; cultural identity.

Resumo

A comunicação é apresentada neste artigo como um elemento estratégico capaz de fortalecer e estimular o binômio cultura e desenvolvimento e para promover o diálogo intercultural, por sua vez, estimulam os conceitos de identidade cultural, incentivando a criatividade e a coexistência pacífica entre os povos, a fim de promover estratégias de desenvolvimento e inclusão social dos povos indígenas e Afro-descendentes na América Central. O audiovisual etnográfico, subproduto de tal abordagem, surge como um assunto de ferramenta de estudo e projeção.

Palavras-chave: comunicação para o desenvolvimento; mudança social; diálogo e participação; identidade cultural.

1. El reto del desarrollo en Centroamérica

En esta segunda década del siglo XXI, Centroamérica¹ sigue ofreciendo datos estadísticos que la convierten en una región de vulnerabilidad socioeconómica y centro prioritario de atención de iniciativas de cooperación al desarrollo. El fin de los conflictos civiles armados y la firma de acuerdos de paz a finales del siglo pasado abrió una etapa esperanzadora que, pese a ciertos avances en materia de fortalecimiento democrático, inclusión social y crecimiento económico en algunas áreas, todavía no se ha materializado en un aumento satisfactorio en los índices de desarrollo humano.

Las comunidades indígenas y afrodescendientes que habitan su territorio constituyen un sector de la población que ha sufrido tradicionalmente los efectos de la marginación y el olvido, unido al sempiterno problema de la pobreza. Entre los años 2000 y 2011 el número de personas que en Centroamérica viven bajo el umbral de la pobreza² aumentó en tres millones, pasando de 17,8 a 20,8 millones (Programa Estado de la Nación, 2013). A ello hay que añadir problemas acuciantes que alcanzan niveles dramáticos, como la violencia, especialmente en países como Honduras, Guatemala o El Salvador, cuyas estadísticas han convertido a Centroamérica en la región más violenta del mundo sin guerra. La tasa regional de homicidios se duplicó entre 2000 y 2011 al pasar de 22 a 40 por cada 100.000 habitantes (Programa Estado de la Nación, 2013, p. 60).

La visión más negativa del panorama centroamericano contrasta, sin embargo, con su enorme potencial ecológico, social y cultural para salir adelante. Los países centroamericanos están reconocidos como multiculturales y plurilingües. Por ejemplo, solo en Guatemala, 22 grupos de origen maya conviven con la etnia xinca (indígena no maya), la garífuna y la mestiza. El mapa etnográfico de la región, de gran diversidad, se extiende a lo largo de la geografía ístmica hasta superar el medio centenar de etnias, en comunidades que en buena medida tratan de mantener y preservar su identidad cultural, conscientes del valor de su acervo para crear y consolidar condiciones hacia su desarrollo y proyección desde sus capacidades endógenas.

2. El diálogo, herramienta clave de cooperación

En el presente artículo tratamos de elevar al concepto de comunicación –y, en concreto, el uso del audiovisual etnográfico– como un elemento clave en los

1 En este artículo consideraremos Centroamérica a la franja ístmica que comprende los países que forman el Sistema de Integración Centroamericana (SICA), es decir, Belice, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá, junto a la República Dominicana (país que se unió posteriormente a esta institución).

2 La línea de pobreza es de “1 dólar por día” en relación a las estimaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2010).

procesos de cooperación y desarrollo con comunidades indígenas y afrodescendientes de Centroamérica, como un vehículo capaz de contribuir a la transformación social de estas poblaciones, consideradas en su mayoría en situación de vulnerabilidad socioeconómica.

Concretamente, la “comunicación para el desarrollo” o, en la evolución del concepto hacia prácticas más horizontales y dialógicas: la “comunicación para el cambio social” (Pérez; Cataño Otálora; Franco Chávez & Gumucio, 2009)³ es una disciplina en la que se sigue investigando, “un proceso complejo que depende del contexto y de las condiciones culturales en las que se desarrolla y que, por lo tanto, no puede capturarse totalmente en definiciones académicas” (Pérez *et al.*, 2009, p. 279). Es, en consecuencia, un terreno con numerosos campos por delimitar y aplicar por parte de organizaciones y profesionales comprometidos con el mundo de la cooperación al desarrollo.

Sin embargo, Barranquero critica la visión sesgada del término, en buena medida debido a su perspectiva instrumental, siempre ligada a la obtención de un desarrollo concebido desde la óptica occidental, “sin valorar la autonomía y potencialidad interdisciplinar de la comunicación para articular las diferentes áreas del conocimiento” (Barranquero, 2012, p. 63). Barranquero sostiene que “hay que pensar comunicacionalmente otros ámbitos” y desterrar el término *para*, o en todo caso, sustituirlo por términos conjuntivos como ha ocurrido con el binomio comunicación/educación o edu-comunicación.

Puede colegirse de este planteamiento que los organismos de cooperación no han valorado todavía, en su justa medida, el potencial de la comunicación para traspasar la frontera de la simple información o de la mera visibilidad institucional. En sintonía con estos planteamientos, Gumucio (2010) demanda una “comunicación para el diálogo”, pues, aludiendo a Paulo Freire, no hay comunicación sin diálogo. Diálogo y participación se convierten en las piezas claves del ejercicio de la comunicación para el cambio social. El diálogo respeta la tradición, la cultura, las voces de los que no tienen voz. Y en lo que concierne al área centroamericana, la Política Cultural de Integración Centroamericana (PCIC) concibe al diálogo como la principal herramienta de las acciones de cooperación y, por tanto, a la comunicación como un recurso fundamental de la integración regional (CECC-SICA, 2012, p. 67), considerada un objetivo común hacia el desarrollo.

El diálogo como factor relevante en la comunicación para el cambio social entronca también con el concepto del *Buen vivir*, último estrato de las teorías del desarrollo, idea superadora, incluso, del “desarrollo sostenible”, preconizado a partir de los años 90. El Buen vivir es un concepto todavía en construcción,

3 Según Gumucio (2011, p. 28), la comunicación para el cambio social aparece a fines del siglo XX como un paradigma reformulado, “que rescata y profundiza el camino recorrido por la comunicación para el desarrollo y por la comunicación participativa, mientras incorpora algunas nociones innovadoras y progresistas de los modelos de modernización”.

basado en la cosmovisión indígena andina del *Sumak Kawsay* o *Suma Qamaña*, reivindicada por las culturas ancestrales indígenas de Ecuador y Bolivia e incorporada a las constituciones de estos países en 2008 y 2009. Se trata de un concepto crítico de la visión neoliberal del desarrollo, el cual reconoce los valores intrínsecos de la naturaleza y rechaza el progreso entendido desde la perspectiva occidental (Barranquero, 2012; Gudynas & Acosta, 2011).

3. Del diálogo a la inclusión social

En esta línea, Martínez-Gómez & Agudiez (2012) abogan por considerar a la comunicación para el desarrollo como un “intercambio equitativo”, un diálogo que logra procesos inclusivos, en el que la participación es imprescindible para escuchar las voces de los excluidos “porque sin ese requisito no hay comunicación y menos puede hablarse de estrategias de desarrollo humano” (p. 85).

Resulta especialmente importante el desarrollo en el ámbito local, donde se pueden explorar las posibilidades de superación en las condiciones de vida de las poblaciones indígenas y afrodescendientes a partir de una interacción directa en la cual la cultura autóctona se exhibe como un elemento imprescindible.

Es oportuno traer a colación los resultados y conclusiones de un encuentro regional de diálogo celebrado en Costa Rica en 2011 que llevó el título de *Comunicación e Identidad Cultural Local*, el cual reunió a autoridades municipales y locales y gestores culturales que trabajan en áreas territoriales –en algunas de ellas con presencia de poblaciones indígenas y afrodescendientes. El foro fue organizado por la Fundación DEMUCA⁴ y la oficina regional de la UNESCO en Centroamérica con el propósito de contribuir al diseño y gestión descentralizada de políticas culturales para el desarrollo de los municipios, mediante la puesta en valor de las expresiones materiales e inmateriales de su patrimonio cultural y la planificación y ejecución de actividades de comunicación para su revalorización y promoción.

En las sesiones de ponencia y discusión⁵, quedó claro que la comunicación puede hacer una sólida contribución a la gestión cultural (especialmente a nivel local/municipal): la comunicación puede contribuir a la gestión del patrimonio cultural de los municipios, mediante la investigación y documentación audiovisual, el uso de las nuevas tecnologías, la formación de comunicadores, la difusión de expresiones culturales y la promoción del aprendizaje en los jóvenes, así como la facilitación de redes de conversaciones entre los distintos actores sociales e institucionales.

4 La Fundación para el Desarrollo Local y Municipal de Centroamérica y el Caribe (Fundación DEMUCA) es un instrumento de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) cuyo objetivo es el fortalecimiento de los gobiernos locales en Centroamérica y la República Dominicana.

5 Del encuentro derivó el documento estratégico “Gestión municipal del patrimonio cultural: Marco conceptual y propuesta estratégica de acción para los municipios de Centroamérica y República Dominicana”.

La comunicación, por tanto, se integra en este ámbito como propiciadora de condiciones para el desarrollo económico, ya que se convierte en elemento dinamizador de prácticas tradicionales que, en su proceso de continua transmisión y reinención por parte de las comunidades –sus portadores–, puedan generar ingresos económicos, un asunto de vital importancia dada la situación de marginalidad y desempleo que afecta a estas poblaciones, especialmente la juventud.

Este planteamiento está avalado por las teorías de Economía Creativa (PNUD/UNESCO, 2013), las cuales aluden al concepto de “energía cultural” como activadora de individuos, grupos y comunidades para la acción transformativa con creatividad e innovación, claves a la hora de generar procesos que permitan a las comunidades elevar su nivel de vida, como ya había adelantado la UNESCO (2005).

Esta apuesta no puede estar desligada de acciones de comunicación. Así se desprende incluso de los enfoques más innovadores, como la “Economía Naranja”, que Buitrago Restrepo & Duque Márquez (2013) definen como el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales.

Estas conclusiones entroncan a su vez con el pensamiento de Gumucio Dragon (2010), para quien nos encontramos en un periodo de globalización o *bobalización*, en el que la resistencia a lo que denomina “cultura homogeneizante” se encuentra en las experiencias de comunicación comunitaria y participación ciudadana.

4. Tres dimensiones clave de la educomunicación para el desarrollo

En función de las conclusiones del mencionado encuentro de Costa Rica y las aportaciones complementarias que se han citado, podemos establecer tres dimensiones esenciales de la comunicación, que es importante destacar en las acciones que se ejecutan en el ámbito del desarrollo local:

a) La información, función intrínseca de la comunicación, requiere de procesos de mejora en su calidad y transmisión a nivel local. Los medios de comunicación, más que medios, pueden ser considerados recursos para impulsar y fomentar la vida en comunidad y la participación, para lo que se recomienda estimular y revalorar la cultura propia.

b) Potenciar la variable interactiva de la comunicación, mediante acciones que fomenten el diálogo intercultural, reforzando los conceptos ya enunciados sobre el diálogo como elemento clave en la comunicación para la transformación social.

Según Grajeda (2013), esta dimensión amplía la mirada del paradigma dominante, aquél que basa la comunicación en un ejercicio unidireccional en el que un emisor lanza un mensaje a un receptor, con la intención de persuadir y modificar su conducta. Grajeda razona que este modelo, si bien explica el proceso

de divulgación de la información, resulta insuficiente para la comprensión del fenómeno de la comunicación. Y cita a autores como Humberto Maturana para justificar que el fenómeno de comunicación no depende de lo que se entrega, sino de lo que pasa con el que recibe, un asunto muy distinto a transmitir información.

Estas reflexiones llevan a Grajeda (2013) a concebir a la comunicación como un laborioso proceso que denominamos “redes de conversaciones”. “Todo lo que hacemos, lo hacemos en conversaciones. Ninguna acción humana es posible sin esta dinámica articuladora” (p. 3). Y en este proceso hemos de insertar el audiovisual etnográfico, dentro del eje que Grajeda denomina “materiales de información y comunicación”, los cuales deben ser usados como recursos y herramientas que facilitan el aprendizaje y el conocimiento de los actores clave de las redes de conversaciones. Junto al audiovisual, Grajeda cita otros materiales, como cuadernos didácticos, boletines, páginas web, redes sociales y blogs, programas o publicaciones de prensa.

c) La comunicación incluye un componente educativo sobre el que es pertinente investigar y estimular mediante acciones de mediación pedagógica. La transmisión de información y el diálogo contribuyen al intercambio de mensajes de sesgo educativo. Si nos referimos al mundo de la cultura en Centroamérica, la comunicación encuentra aquí una dimensión fundamental, relativa a la transmisión de valores y su conversión en aprendizajes que ayuden a perpetuar dichos conocimientos, teniendo en cuenta además su diversidad lingüística.

La comunicación emerge entonces como un recurso para el fortalecimiento de la cultura y de la identidad de los pueblos, con todos los efectos que ello conlleva para su desarrollo. Las comunidades se convierten en espacios permanentes de creación de mensajes, de múltiples interlocutores, que propician una nueva dimensión de relación social. Todos los actores se vuelven comunicantes. Todos informan, dialogan y educan.

En las conferencias, debates y grupos de trabajo del mencionado encuentro de Costa Rica se establecieron y priorizaron algunas funciones básicas de la comunicación para el desarrollo cultural, en sintonía con el concepto de Miquel de Moragas (2009) de ‘políticas culturales de comunicación’, en el que se reivindica una comunión entre políticas de comunicación y cultura preconizadas por foros internacionales como la Convención de UNESCO (2005) y que, en el caso de Centroamérica, puede fomentarse desde la institucionalidad municipal.

El hecho, además, de incorporar las dimensiones relacional, educativa o pedagógica de la comunicación (complementando a la meramente informativa) nos lleva a pensar en una ampliación del concepto. Confirmando las mencionadas reflexiones de Barranquero, comunicación y educación se imbrican en la “educación”, en la que el audiovisual etnográfico, objeto de este estudio, se perfila como un elemento de gran importancia y utilidad.

Este concepto amplio de la comunicación (o educación) junto a la cultura, nos invita a repensar y reconocer las prácticas y manifestaciones pro-

pías de las comunidades indígenas y afrodescendientes desde otra perspectiva. Podríamos considerar, por ejemplo, que el arte, las letras, el baile, las danzas, las costumbres, las prácticas ancestrales, la relación con la naturaleza, la forma de entender la vida son, en sí mismas, un ejercicio de comunicación, pues están basadas en formas de expresión con sus propios lenguajes, sus mensajes y sus invitaciones a la interpretación, desde la perspectiva de una cultura cambiante y diversa.

Diversas experiencias empíricas realizadas por la Fundación DEMUCA en aplicación de estos planteamientos han demostrado la validez de los mismos en torno al audiovisual etnográfico. Desde diferentes perspectivas de abordaje y participación comunitaria en función de las circunstancias contextuales de cada caso, la documentación y puesta en valor de la cultura centroamericana, con énfasis en las culturas indígenas y afrodescendientes, y su posterior devoción para la reflexión y el debate, han puesto de manifiesto la necesaria vinculación entre la educomunicación y el tratamiento audiovisual desde el enfoque etnográfico. El objetivo es contribuir a la visibilización, rescate, revitalización y apropiación de las manifestaciones culturales, así como el aumento de la autoestima de las comunidades para alcanzar mayores cotas de desarrollo⁶.

5. Un nuevo comunicador especializado

Lo anteriormente expuesto conduce a la consideración de que la comunicación para el cambio social y, en concreto, todas aquellas acciones que se realicen para la documentación de las manifestaciones culturales de pueblos indígenas y afrodescendientes, así como las estrategias de diálogo que las acompañen, constituyen un trabajo que ha de abordarse de manera especializada. Los procesos de cambio social necesitan de un nuevo comunicador que facilite el diálogo intercultural (Gumucio Dragon, 2010, p. 18).

Sin embargo, como bien apunta Gumucio (2010), este modelo de profesional no existe todavía. En las universidades no se ofrecen programas para aprender esta disciplina. Asimismo, las organizaciones de cooperación al desarrollo no han asimilado aún la importancia real de incorporar a sus plantillas profesionales ajustados a una visión estratégica de la comunicación. Este autor reclama la sensibilidad y el compromiso del comunicador para apoyar el proceso de cambio

6 Para el caso pueden visualizarse ejemplos como el documental titulado *Los guardianes del tiempo* (DEMUCA, 2012) sobre una práctica ancestral -no documentada audiovisualmente con anterioridad- relativa a la elección de autoridades locales en San Juan Atitán (norte de Guatemala); o el documental que lleva por título *Lébuna libágarí garífuna* (DEMUCA, 2013), en el que los gestores de la Mancomunidad de Municipios Garífunas de Honduras (MAMUGAH) explican las estrategias de desarrollo local que aplican a partir de su identidad cultural, considerada el vértice de su plan estratégico territorial. Las conclusiones del diálogo efectuado entre los diferentes actores sociales e institucionales al visionar estos productos respalda el planteamiento recogido en el presente artículo.

social en los países empobrecidos que solo tienen su identidad cultural como fuerza, un logro que está íntimamente relacionado con la cultura y el diálogo. Además, debe tener claro que el proceso es más importante que los productos. Los artículos escritos o audiovisuales son herramientas para un proceso de trabajo desde la comunidad y con la comunidad.

En opinión de Barranquero (2007, pp. 118-119), el esfuerzo debe encaminarse a:

1) Avanzar en el asentamiento de la comunicación/educación para el cambio social como disciplina académica y fomentar la formación específica de comunicadores en el área.

2) Promover el uso de fórmulas innovadoras de comunicación educativa, así como nuevas estrategias culturales, lenguajes, metodologías, etc. para el campo de las organizaciones y los colectivos civiles comprometidos con el desarrollo.

3) Aprovechar las enormes posibilidades de comunicación y organización de las tecnologías de bajo coste como Internet, el “software” libre o el vídeo, conclusión que, si bien supone un importante ahorro de costos económicos, abre el debate del posible daño medioambiental y, por qué no decirlo, cultural.

En cualquier caso es importante cumplir con el objetivo general de la PCIC (CECC-SICA, 2012, p. 68) desde la perspectiva de la educomunicación: “Promover el desarrollo de medios y capacidades de comunicación (creación, circulación y consumo) de las expresiones culturales regionales”. Para ello, ha de tenerse en cuenta la especialización del comunicador, más si su trabajo pretende plasmar en productos y herramientas audiovisuales la gran diversidad cultural de los pueblos indígenas y afrodescendientes, lo cual requiere un enfoque de investigación etnográfica y un reto de integración de miradas que contribuyan al diálogo social y cultural.

La especialización debe ir acompañada de la sensibilidad del comunicador. Richard Rorty (Portales, 2002) apela a la emoción, al amor, la amistad, la confianza, la empatía y la solidaridad como elementos que pueden posibilitar un encuentro de las diferencias culturales. Y reclama “especialistas de lo concreto y de lo local, como historiadores, novelistas, etnógrafos, periodistas, etc.”, para contribuir al progreso moral de la humanidad (Portales, 2002, p. 5).

Efectivamente, el especialista que aquí se reclama está próximo a asumir tareas de mediación intercultural. Y utilizará el audiovisual etnográfico con el objeto de fortalecer y profundizar en las capacidades de competencia mediática de las personas con las que trabaje en el ámbito local. Ya sea como receptores, ya sea como participantes en los procesos de construcción de los relatos audiovisuales –como informantes o incluso co-autores en aquellos casos de mayor dimensión colaborativa, leerán, interpretarán y analizarán los mensajes desde un sentido crítico, contribuyendo a la construcción colectiva de nuevas visiones de su cultura y propuestas para su desarrollo.

6. La dialéctica de las miradas en el audiovisual etnográfico

El audiovisual etnográfico que aquí se concibe está enmarcado en procesos de desarrollo, de cambio social, y capta una realidad cultural desde una aproximación a los conceptos de la propia cultura objeto de estudio, a diferencia del vídeo propagandístico, institucional, de visibilidad, de denuncia o meramente informativo, que suele incorporar una perspectiva parcial de una institución o enfoque mercantil.

Caminos diferentes han conducido a la concepción actual de audiovisual etnográfico como un campo abierto, en constante experimentación como objeto de información y herramienta de análisis e investigación de la diversidad cultural. En otras palabras, hay que considerar su función como técnica de investigación, modo de representación cultural y medio de comunicación (Ardèvol, 1994). En este último punto, cabe preguntarse cómo la antropología visual interviene en la formación de identidades culturales o el análisis crítico de estereotipos culturales sobre la alteridad (Ardèvol, 1998).

Estas reflexiones nos invitan a concebir un concepto genérico de “audiovisual etnográfico” desde una propuesta ecléctica de formatos y narrativas producto de la evolución del género desde la captura de imágenes a lo largo de la historia hasta la actualidad, en la que las nuevas tecnologías ofrecen un panorama tan aparentemente atractivo como digno de análisis e investigación para la etnografía y la comunicación.

El carácter abierto del género y su clasificación dentro de los formatos de producción audiovisual es patente. Cabe traer a colación la teoría de Bill Nichols, quien propone cuatro categorías para clasificar los distintos modos de representación dentro de la historia del cine documental y entiende por ellos la combinación entre el estilo de filmación y la práctica material (Ardèvol, 1994):

- Modo expositivo, presentando fragmentos audiovisuales para ilustrar una tesis o constructo teórico que se pretende validar (con voz en off, monólogo explicativo).
- Modo observacional, entendido como la descripción de escenarios y operadores culturales o elementos contextuales de prácticas humanas para manifestar el pensamiento, significados e intenciones de los actores (podría considerarse, en antropología, la ubicación estática de la cámara manteniendo un plano general para abarcar toda la realidad posible).
- Modo interactivo, con el sentido de participativo (incluye a los actores, respondiendo a preguntas, interaccionando con los otros/as).
- Modo reflexivo, aproximación émica con la cual se pretende mostrar el punto de vista de los participantes, de los nativos de una comunidad (se consigue proporcionando la cámara a los otros para que expresen sus interpretaciones de los fenómenos observados, así como las intenciones de sus acciones cuando éstas son mostradas visualmente).

Heider considera que el cine etnográfico no es una categoría cerrada o compartimento (Domingo, 2000). Su atributo más importante es la comprensión etnográfica, la cual está basada en estudio y observación a largo plazo sobre el terreno para una descripción detallada; contexto cultural; y búsqueda de la verdad. En esos parámetros profundiza Areal (2014) y, junto a la contextualización, cita como elementos clave a los informantes, las entrevistas, la descripción de los hechos, la interpretación y la edición.

Ardévol (1994) nos propone varios usos del audiovisual etnográfico, en función de los distintos objetivos que persigamos, ya estén más orientados al campo de la antropología o de la comunicación y, en ellos, adivinamos ya algunas aplicaciones en el ámbito del campo que hemos definido en la primera parte de esta investigación como la comunicación para el desarrollo o la transformación social:

- Como instrumento de investigación durante el trabajo de campo.
- Como medio de expresión de los resultados de nuestro trabajo etnográfico.
- Como medio de comunicación de conceptos antropológicos a una amplia audiencia.

En lo que concierne al ámbito del presente estudio, podríamos establecer dos funciones básicas que hoy caracterizan al audiovisual etnográfico, dos tendencias encontradas que, sin embargo aquí, lejos de consideraciones confrontativas, adoptamos como posturas complementarias: i) audiovisual etnográfico como instrumento para la investigación antropológica; ii) la visión de este género desde el comunicador o periodista, en relación a un concepto de cultura cambiante, inserto en propuestas de desarrollo.

El hecho de plantear audiovisuales que estudian comportamientos humanos, culturas, tradiciones, formas de vida, etc., unido a la convergencia de medios, de visiones desde la antropología y la comunicación, de la disparidad de narrativas, de la débil línea que hoy en día separa información de la excitación en muchos mensajes audiovisuales, nos invita a pensar en la posibilidad de conformar modelos nuevos de formato audiovisual para el conocimiento y difusión de la diversidad cultural. Pero habría que medir en todo caso su aporte a los propósitos de la comunicación y su convergencia con acciones de desarrollo o a la ya mencionada educucomunicación⁷.

Interesa en esta propuesta que el audiovisual etnográfico cumpla con los compromisos básicos de la comunicación para el desarrollo, basados en el uso del producto final como objeto de documentación, investigación, información, fomento del diálogo, interacción y sensibilización; y alejados de una concepción del producto como fin en sí mismo, o basado en el protagonismo del comunica-

7 Al hilo del concepto de la educucomunicación, un nuevo mundo de posibilidades se abre en torno a este concepto. Aguaded (2005) afirma que "estamos entrando en una nueva era del conocimiento, la del pensamiento visual".

dor. En definitiva, un material que pueda ser útil hacia el mejoramiento de la calidad de vida de las personas de la comunidad y la facilitación de conductas que contribuyan a la cohesión social y la democracia de los pueblos.

7. La carga subjetiva

Resulta importante acotar ciertos condicionantes en el trabajo que aquí se propone. El audiovisual etnográfico, desde su primigenia concepción cinematográfica, se ha preguntado acerca de la verdad, es decir, la exactitud y la veracidad del mensaje sin elementos que lo distorsionen. Parece aceptada y asumida una general creencia de la falta de objetividad de este producto, más si tenemos en cuenta que la comunicación –o más precisamente la información– carece de objetividad absoluta en función de cómo la codifique el emisor o de cómo la transmitan los medios (audiovisuales en este caso): “los medios no reflejan la realidad, sino *su* realidad” (Pancorbo, 1986, p. 25).

Si, como ya se ha dicho, la ausencia de objetividad absoluta en la información periodística es un tema en general aceptado desde siempre, parece lógico y justificado que asumamos a su vez la subjetividad del audiovisual etnográfico, incapaz, por tanto, de reflejar la realidad tal y como es, y de, inocentemente, creer que el espectador interpretará la realidad tal y como es. Ya desde la captura de la imagen por una lente que mediatiza y condiciona la percepción del entorno de la realidad representada estamos tentados a recordar el famoso axioma de McLuhan de “el medio es el mensaje” (Pancorbo, 1983).

Pancorbo (1986) recuerda que fue Umberto Eco quien señaló que los códigos del receptor pueden ser distintos a los del emisor (Eco, 1987), lo que nos conduce a un campo investigativo y de conocimiento relacionado con la semiótica. Es decir, en el proceso de la comunicación la interpretación jugará un papel esencial desde el punto de partida (en este caso el etnógrafo) hasta el destinatario, quien incorporará elementos de su experiencia y su propia cultura para descodificar el mensaje. El propio Eco (1987) propone el uso de los conceptos “autor” y “lector”, superando los de emisor y receptor, al hablar en términos de competencia para codificar y descodificar los mensajes, un proceso complejo que, en casos como el audiovisual, superan la comunicación meramente lingüística.

Desde la aparición del cine etnográfico, autores emblemáticos como Flaherty, Vertov o Rouch (Ardévol, 1998; Domingo, 2000; Pérez, 2015) han debatido sobre los modos de representar audiovisualmente la realidad. Al hilo de lo planteado, creemos que es posible la recreación o reconstrucción del hecho cultural (Pancorbo, 1986). Si las tradiciones o manifestaciones que se realizan de forma anual o periódica se dan en el momento de la grabación, asistimos a una captación sincrónica de la realidad. Por el contrario, puede darse la diacronía, es decir, la representación pactada de dicha realidad. A pesar de la carga subjetiva que pueda acarrear, se trata de un recurso legítimo del comunicador, quien no

está “transgrediendo” la realidad. Ello además, puede ir acompañado de entrevistas a las personas clave –portadores de tradición– quienes incluso podrían no estar presentes en el caso de esperar a la sincronía de la acción.

Por lo tanto, la praxis en ocasiones nos pone en la tesitura de reconstruir la realidad, hecho que podríamos ver incluso como oportunidad para registrar un acontecimiento cultural que nos servirá en nuestro propósito de documentación / información / comunicación para el desarrollo.

8. El proceso de construcción del audiovisual etnográfico

Un trabajo amplio de investigación etnográfica con medios audiovisuales con el fin de difundir la diversidad cultural y contribuir al desarrollo conlleva una serie de pasos que, aunque parezcan sencillos, han de contar con una debida planificación para la consecución de un trabajo exitoso que permita el uso adecuado, creativo y propositivo del resultado final:

- Identificación del caso de estudio.
- Etapa de preproducción-negociación con la comunidad.
- Etapa de grabación.
- Etapa de guionización
- Etapa de edición.
- Etapa de validación.
- Etapa de devolución (apropiación por parte de las comunidades).

Para Pertier (2012), la etnografía implica una mutua comprensión a partir de las diferencias en el encuentro con los otros. Tal reconocimiento implica aceptar al otro dentro de una relación horizontal de construcción dialéctica de sentidos y mutuo desarrollo. El otro pasa, en esta perspectiva, de ser un informante a ser un interlocutor. Estas consideraciones son oportunas por el rechazo que en muchas ocasiones se produce en las poblaciones que se quiere investigar. El choque de códigos culturales es evidente. No es fácil que, a simple vista, las comunidades indígenas, por ejemplo, acepten la presencia de un extranjero con cámaras y una pretensión desconocida para ellos.

La reflexión nos plantea la necesidad de establecer una negociación previa con la comunidad que se pretende documentar, antes de la etapa de grabación, fase clave en el proceso de producción, pues de la captura con la cámara, la elección de los ángulos, planos, tomas y otros recursos dependerá nuestra modalidad de representar la realidad observada. Se trata de un aspecto ético al que hay que añadir la incorporación de la estética audiovisual como el elemento crucial que distinguirá el audiovisual etnográfico desde una perspectiva comunicativa más que antropológica.

En ese momento de la interacción con los sujetos de las comunidades que pretendemos analizar y documentar, es importante reflexionar acerca de las condiciones de “igualdad” que ha de adoptar el etnógrafo respecto de los protagonistas de su campo de investigación. Kapuscinski (2003) es claro con la actitud de empatía que el periodista / etnógrafo ha de adoptar: “un periodista no puede ubicarse por encima de aquellos con quienes va a trabajar: al contrario, debe ser un par, uno más, alguien como esos otros, para poder acercarse, comprender y luego expresar sus expectativas y esperanzas” (p. 16).

A la hora de abordar el trabajo, los aspectos básicos de la metodología de investigación etnográfica son pertinentes. “Soy etnógrafo cuando observo y describo una sociedad” (Pancorbo, 1986, p. 33). La antropología visual –o etnografía audiovisual–, con sus diferentes matices y líneas epistemológicas, vino a complementar la teoría y práctica etnográfica que ya se hacía sin la utilización de cámaras. En este sentido, Pérez (2015, pp. 47-48), señala la necesidad de concebir a la imagen como un complemento de la antropología verbal, para la que hay que pensar, debatir y comunicar los conocimientos. En consecuencia, el etnógrafo realizará un acto de descripción sobre la base de la observación (Poblete, 1999), para luego proceder a un trabajo escrito o audiovisual en el que dejará su impronta interpretativa, con mayor o menor grado de polifonía.

9. El reto de la etnografía compartida

Haciendo alusión una vez más al diálogo, parece evidente la necesidad de recoger en el audiovisual las voces de la comunidad pero, desde el enfoque aquí trazado, no siempre será conveniente dejar en manos de los sujetos representados la enorme responsabilidad del manejo de la cámara, la selección de las tomas, la elaboración de un guión o la estructuración de un montaje. Además, en Centroamérica no es fácil encontrar en las comunidades indígenas o afrodescendientes personas con capacidades técnicas para labores de estas características y, en cualquier caso, la mediación del etnógrafo sería necesaria para la consecución del producto final, aun teniendo en cuenta la participación de los sujetos objeto de análisis, en lo que James Clifford (citado por Flores, 2005, p. 15) llama un “arreglo jerarquizado de discursos”.

Es aquí donde emerge una concepción de la cultura más próxima a la semiótica⁸, desde la “descripción densa” que analiza Clifford Geertz (1987). Las manifestaciones culturales que en numerosas ocasiones pretendemos documen-

8 Geertz (1987) considera que hacer etnografía equivale al análisis antropológico del conocimiento, que trasciende el hecho de la observación participante para convertirse en lo que Gilbert Ryle definió como “descripción densa”. “Hacer etnografía es como tratar de leer (en el sentido de “interpretar un texto”) un manuscrito extranjero, borroso, plagado de elipsis, de incoherencias, de sospechosas enmiendas y de comentarios tendenciosos y además escrito, no en las grafías convencionales de representación sonora, sino en ejemplos volátiles de conducta modelada” (p. 24).

tar en video están llenas de significados. Son universos de significados los que podemos encontrar en ceremonias, artefactos, trajes, comidas, música, danza y formas de pensar y actuar.

...el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones. Lo que busco es la explicación, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie. (Geertz, 1997, p. 20).

Es plausible por tanto que el periodista / etnógrafo audiovisual sea capaz de presentar interpretaciones (Arcal, 2014) sobre una profunda investigación que excede del trabajo de campo y indaga en entrevistas a informantes clave, académicos, expertos en áreas relacionadas, bibliografía, otros archivos visuales, sonoros, etc. Por último, explorará las posibilidades del audiovisual etnográfico a la participación, más allá de la aludida negociación, siempre que la entrega de la cámara a los miembros de una comunidad para que se representen y reintepren culturalmente a sí mismos guarde ciertos cánones estéticos que contribuyan a provocar emociones hacia el aludido cambio social. “Nunca está de más mantener abierta esta posibilidad, aunque sea parcialmente” (Arcal, 2014).

Una respuesta negativa, o al menos, condicionada, al modelo de etnografía compartida, definitivamente nos acercaría más a una mirada desde el comunicador / etnógrafo. Es él quien se acerca y establece esa relación entre iguales, fomentando el diálogo en el mismo momento del encuentro. Desde lo que, en palabras de Richard Rorty podría considerarse un “etnocentrismo moral y político”, el investigador vehicula los mensajes de su discurso audiovisual a través de su mirada, que será siempre subjetiva, pero lo hará “abriéndose a las alteridades”. Se trata de “un etnocentrismo inclusivo, cosmopolita, no exclusivo” (Portales, 2002, p. 5).

No hay que obviar que la última palabra en la construcción final del mensaje la tendrá el receptor / lector en torno a su competencia discursiva y sus propias interpretaciones. Es en este punto donde la etnografía compartida puede abrirse un espacio relevante en el caso de revitalización de prácticas culturales para la generación de proyectos de emprendimiento. En ocasiones, el rol del comunicador / etnógrafo –y su papel de mediador intercultural– será esencial para resignificar manifestaciones culturales han perdido la apropiación de sus significados por parte de la comunidad, pese a que ésta las sigue reproduciendo. Ello es debido a lo que Marvin Harris (2010) denomina una “ruptura en el proceso de endoculturación”, es decir, una ruptura en el diálogo intergeneracional, debido a diversos factores. El proceso está abierto, requiere de una pedagogía especializada y hay que entenderlo en términos constructivos.

10. Conclusiones

Desde la perspectiva de la comunicación para la transformación social, la comunicación es una disciplina clave para unir los conceptos generales de cultura y desarrollo y, por tanto, de contribuir al fortalecimiento de las identidades culturales, la preservación del patrimonio, el fomento de las expresiones propias de la diversidad cultural, la participación activa de la ciudadanía y el diálogo intercultural. Para lo anterior, la comunicación debe ser asumida como un concepto amplio, desde la perspectiva de que puede contribuir a la transformación social mediante el cambio de conductas o actitudes no deseadas, en aras de conseguir los propósitos que se plantean. Además de su dimensión informativa, susceptible siempre de mejora en un mundo cada vez más globalizado, la comunicación incorpora un enfoque relacional o conversacional que fomenta el diálogo para la reflexión y el consenso; y otro enfoque educativo, pudiendo incorporar el concepto de educomunicación.

En la línea de la comunicación para la transformación social, el audiovisual etnográfico –género en constante redefinición– se convierte en una herramienta que no es un fin en sí mismo, sino que ofrece múltiples facetas en el campo de la documentación del patrimonio –especialmente el que está en peligro de desaparición–, la información, la interlocución, la sensibilización y la educación. En definitiva, un material útil para acompañar procesos de mejora de la calidad de vida de las poblaciones indígenas y afrodescendientes de Centroamérica y, en consecuencia, la reducción de brechas sociales, el emprendimiento, el fortalecimiento de la democracia y la cohesión social.

La subjetividad del documental etnográfico está aceptada y justificada. La realidad está mediatizada por la lente de la cámara, la intencionalidad del emisor y el canal de transmisión. El receptor y su interpretación cierran el círculo. La investigación sobre las comunidades objeto de estudio ha de realizarse desde una perspectiva de igualdad con sus miembros, en los términos de co-producción –no económica–. Es pertinente la negociación previa, el acercamiento respetuoso, el comportamiento ético del etnógrafo, su trabajo desde la metodología de la observación y descripción, y el abordaje compartido de la realidad que se va a representar, considerando a los sujetos en estudio más como interlocutores que como informantes.

Tanto la comunicación para la transformación social en su conjunto, como la preparación de audiovisuales etnográficos como herramienta de información, diálogo, sensibilización y educación requieren de una formación especializada en la que deberían implicarse instituciones del ámbito de la cooperación y las universidades. En definitiva, es importante fortalecer los mecanismos de difusión y distribución de los materiales etnográficos. Las nuevas tecnologías suponen una oportunidad digna de estudio, así como su aportación a los sistemas de información cultural. Dejamos en este artículo la puerta abierta a la etnografía

compartida, siempre que vaya precedida de la apropiación cultural de las comunidades y de un proceso guiado de aprendizaje y transmisión.

Referencias bibliográficas

- Aguaded, J.I. (2005). Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual. *Revista Comunicar*, 24, 24.
- Arcal, J.C.L. (2014). Algunas reglas para la construcción de un audiovisual antropológico. En *Anales del Museo Nacional de Antropología* (No. 16, pp. 28-44). Dirección General de Bellas Artes y de Conservación y Restauración de Bienes Culturales.
- Ardèvol, E. (1994) *La mirada antropológica o la antropología de la mirada*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Ardèvol, E. (1998). Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales. *Revista de dialectología y tradiciones populares*, 53(2), 217-240.
- Barranquero, A. (2007). Concepto, instrumentos y desafíos de la edu-comunicación para el cambio social. *Revista Comunicar*. N° 29. Pp. 115-120. Recuperado de <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=29&articulo=29-2007-19>
- Barranquero, A. (2012). De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. 17, 63-78.
- Buitrago Restrepo, F. & Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*. BID-Fundación Santillana. Disponible en versión digital: <https://goo.gl/KokB5P>
- CEPAL. (2010) Objetivos de desarrollo del Milenio en América Latina y el Caribe, (extraído de Naciones Unidas). Recuperado de <http://goo.gl/M8VuTo>
- Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana (CECC-SICA) (2012). Política Regional de Cultura 2012-2015.
- De Moragas, M. (2009). De la comunicación a la cultura: nuevos retos de las políticas de comunicación. *Telos: Cuadernos de Comunicación E Innovación* 81:12-19.
- Domingo, I.T. (2000). Análisis de documentales etnográficos. *Analecta Malacitana (AnMal electrónica)*, (7), 7.
- Eco, U. (1987). El lector modelo. En *Lector in fábula*. Barcelona: Lumen. Recuperado de http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/eco_el_lector_modelo.pdf
- Flores, C.Y. (2005). Video indígena y antropología compartida: una experiencia colaborativa con videastas Maya-Q'eqchi' de Guatemala. *Liminar, Estudios Sociales y Humanísticos*. Vol. III, núm. 2. Pp. 7-20. Centro de Estudios Superiores de México y Centro América San Cristóbal de las Casas. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74530202>
- Fundación DEMUCA / UNESCO (2011). Gestión municipal del patrimonio cultural:

- marco conceptual y propuesta estratégica de acción para los municipios de Centroamérica y República Dominicana. Recuperado de http://fundacion-demuca.com/public_files/331/gestion_municipal_patrimonio_cultural.pdf
- Fundación DEMUCA (prod.) & Bruzón, L. (dir.). (2011). *Los guardianes del tiempo* [documental]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=HT1-XXEoOtQ>
- Fundación DEMUCA (prod.) & Bruzón, L. (dir.). (2013). *Lébuna Libágari Garífuna* [documental]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=3oL-h64WmHO4>
- Grajeda, D. (2013). Modular redes de conversaciones con actores clave para la integración regional: Estrategia de comunicación del PARLACEN 2013-2017. PAIRCAII/PARLACEN. Guatemala.
- Geertz, C. (1987). Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura. *La interpretación de las culturas*. Pp. 19-40. Barcelona: Gedisa.
- Gudynas, E. & Acosta, A. (2011). La renovación de la crítica al desarrollo y el buen vivir como alternativa. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 16(53), 71-83.
- Gumucio Dagron, A. (2010). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación & Desarrollo*, 12(1).
- Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Martínez-Gómez, R. & Agudiez, P. (2012). Comunicación para el Desarrollo Humano: buscando la transformación social. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 79-106.
- Marvin, H. (1995). *Antropología cultural*. España: Editorial Alianza.
- Pancorbo, L. (1983). *Los signos de la esfinge: preguntas semióticas a la televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión
- Pancorbo, L. (1986). La tribu televisiva, análisis del documentaje etnográfico. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Pérez, A. Z. (2015). Miradas cómplices: cine etnográfico, estrategias colaborativas y antropología visual aplicada. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*
 Núm. 78 · año 36 · enero-junio. Pp. 45-70.
- Pérez, G. J., Cataño Otálora, M. M., Franco Chávez, F. P. & Gumucio, A. (2009). Comunicar para el cambio social: una comunicación ética y política. Entrevista con Alfonso Gumucio Dagron. *Signo y pensamiento*, 28(55), 278-290.
- Pertier, M. P. (2012). Etnografía y Comunicación: el proyecto Archivo Etnográfico Audiovisual de la Universidad de Chile. *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 7(13), 147-177.
- Poblete, S. (1999). La descripción etnográfica. *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, (6).
- PNUD/UNESCO (2013). *Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways*. Paris. Recperado de <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>

Portales, R.E.A. (2002). El problema del etnocentrismo en el debate antropológico entre Clifford Geertz, Richard Rorty y Lévi-Strauss. *Gazeta de antropología*, (18), 10.

UNESCO (2005). Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. París. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>

Programa Estado de la Nación (2013). *Estado de la Región en Desarrollo Humano Sostenible*. Costa Rica: Estado de la Nación.