
**Sistematización de la experiencia de gestión cultural del I y II Festival Universitario
de Cine de la Universidad del Valle CINESPACIO**

FREDDY LADINO SAMBONI

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE ARTES INTEGRADAS**

UNIVERSIDAD DEL VALLE
SANTIAGO DE CALI, mayo de 2018.

**Sistematización de la experiencia de gestión cultural del I y II Festival Universitario
de Cine de la Universidad del Valle CINESPACIO**

FREDDY LADINO SAMBONI

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
COMUNICADOR SOCIAL**

Director: Antonio Dorado

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE ARTES INTEGRADAS
UNIVERSIDAD DEL VALLE**



TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	1
2. JUSTIFICACION.	5
3. OBJETIVOS	7
3.1 Objetivo general	7
3.2 Objetivos específicos	7
4. CONTEXTO	8
5. EL PROBLEMA	12
5.1 Descripción de la situación problemática.	12
5.2 Formulación del problema.	12
6. LIMITACIONES	13
7. MARCO DE REFERENCIA.	14
7.1 Sistematización	14
7.2 Estrategias comunicativas.	16
7.3 La gestión cultural y los festivales.	19
7.4 Mri y cine de autor	23
7.5 Perspectiva propia.	24
8. METODOLOGÍA.	27
8.1 Diseño del proyecto de sistematización.	27
8.2 Recuperación del proceso.	28
8.3 La crónica de flujo del proceso:	28
8.4 El archivo:	28
8.5 El relato.	29
8.6 La entrevista abierta.	29
8.7 Análisis del proceso.	30
8.8 Interpretación del proceso.	30
9. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.	31
9.1 Recursos Humanos	31
10. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.	31
10.1 Crónica de flujo.	33
10.2 Recuperación del proceso.	37
10.3 Primer relato.	38

10.4	Segundo relato.	60
10.5	Análisis del proceso.	75
10.6	Prácticas.	76
10.7	Estrategias.	78
10.8	Momentos determinantes.	80
10.9	Rasgos de grupo.	80
10.10	Paralelos conceptuales.	81
10.11	Interpretación del proceso.	88
10.12	Dinámicas internas.	88
10.13	Prácticas de gestión.	90
10.14	Estrategias comunicativas.	92
10.15	Estructura general.	94
11.	RESULTADOS.	96
12.	CONCLUSIONES	107
13.	BIBLIOGRAFÍA	110
14.	ANEXOS	112
14.1	Anexo 1 – Manifiesto	112
14.2	Anexo 2 - Formato de calificación	113
14.3	Cronograma	113
	Cronograma – CINESPACIO -	113
	Cronograma	114
	Convocatoria del Equipo.	114
	Pre-producción	115
	Rodaje del comercial.	116
	Convocatoria - Publicidad	116
	FESTIVAL	116
	Resultados	117
14.4	Anexo 3 – Entrevistas	117
14.5	Anexo 4 - Dossier 1 er año	124
14.6	Anexo 5 Convocatoria 2 año	124
14.7	Anexo 6 - Formulario de inscripción	128
14.8	Anexo 7 – Presupuesto	129
14.9	Anexo 8 - Dossier año 2	130
14.10	Anexo 9 - Plan Financiación	130

14.11	Anexo 10 - Afiche Cinespacio 1	131
14.12	Anexo 11 - Afiche Cinespacio 2	132
14.13	Anexo 12- Algunas cifras 2013 - 2014	133

El presente documento pretende ser una construcción de memoria de las dos primeras versiones del Festival universitario de cine Cinespacio, los hechos narrados aquí surgen de la inquietud y la necesidad de elaborar un recuento de las cosas buenas, las malas, lo que se debe hacer y lo que no al momento de llevar a cabo un evento cultural como este. Del mismo modo al partir de estos hechos se busca fabricar un manual básico sobre las prioridades, necesidades y la organización en general del festival para que de este modo, futuros gestores puedan dar continuidad a este proyecto y con sus propias experiencias poder construir memoria y producir conocimiento propio.

Palabras clave: Sistematización, gestión, festival, cultura, Cali, cine, cinespacio, muestras, audiovisual.

1. INTRODUCCIÓN

En el siguiente documento se pretende indagar de manera ordenada y cronológica la sistematización de la experiencia de gestión cultural asociada al Festival Internacional Universitario de Cine - CINESPACIO- en adelante llamado CINESPACIO, con el fin de que el lector pueda emprender un recorrido por los distintos aspectos del mismo. Inicialmente se pretende dar un contexto del espacio geográfico, social y cultural en el que se dio vida al proyecto del festival. Santiago de Cali en el Departamento del Valle del Cauca, y a su vez del alma mater donde se gestó el evento, la Universidad del Valle; esta contextualización busca adentrarnos en la cotidianidad de los momentos que propiciaron la creación de CINESPACIO, además permite entender la necesidad que existe dentro de los estudiantes y los cinéfilos caleños en general por

contar con espacios como este, que complementan y dinamizan la formación integral de los amantes del séptimo arte y de los profesionales del área.

Empezando el recorrido nos sumergimos en los aspectos relevantes de la historia de CINESPACIO, desde su nacimiento en la asignatura ‘Electiva Profesional II’ con la docente Diana Kuellar, siguiendo con los distintos momentos que iniciaron en febrero de 2013 con la búsqueda del espacio y los apoyos necesarios para convertir el proyecto en realidad. En el año 2014 el colectivo de estudiantes logra el inicio del Festival Internacional Universitario de Cine convirtiéndose así en una exposición cinematográfica notable en la región. Este proceso constituye un referente significativo en el contexto de la Escuela de Comunicación Social, pero además es una experiencia valiosa para una generación de estudiantes, que asume el liderazgo de realizar un acontecimiento de exhibición audiovisual.

Se pretende elaborar unas memorias que permitan a lo postre consignar diferentes alternativas de procesos de gestión financiera, comunicativa, organizacional y de los contenidos temáticos del evento. El propósito es abordar las dos primeras versiones, donde el realizador de la tesis participó activamente. Con la propuesta se busca comprender a través de una perspectiva crítica, las distintas prácticas, límites, alcances y las posibles proyecciones de la misma.

Finalmente se entregará “Cinespacio: Cómo hacer un festival de cine y no morir en el intento” con el fin de sentar las bases en torno a la institucionalización y apropiación de este proyecto por parte de los futuros gestores culturales de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle.

Como alternativa metodológica, se hizo uso de algunas herramientas de sistematización de Peresson, quien orienta unas estrategias que buscan visibilizar y valorar el saber producido a través de la praxis de manera formal o informal para el empoderamiento colectivo de los diferentes actores en torno a la experiencia. “El eje central de la sistematización es el presente: la mirada retrospectiva

y el esfuerzo de sistematización se hacen desde nuestro HOY: a partir de los problemas, los interrogantes, los desafíos y cuestionamientos, las necesidades y contradicciones que se tienen en el momento actual y con una visión prospectiva. Ellos constituyen el punto de partida de la sistematización y son prioritariamente los aspectos que deben ser clarificados por ella” (Peresson, 1996). El proceso de sistematización facilita procesar la información y decantar resultados que permiten transmitir la experiencia, confrontarla con otras similares o con el conocimiento teórico existente; así se contribuye a la acumulación de conocimientos generados desde y para la práctica también como a su difusión o transmisión. Por lo tanto, es esta disciplina mediante la cual se quiere obtener las respuestas a las incógnitas planteadas en el problema utilizando a modo de base procedimental los textos de Marco Raúl Mejía.

Con base en esos textos se extrapoló una metodología que permitió originar un archivo del Festival mediante la recopilación de entrevistas, datos, memorias, fotografías y noticias. Ese es el punto de partida, el insumo primario para la construcción de los relatos. En ellos se rescata la memoria del proceso vivido por los estudiantes y se cuentan todas las vivencias con una intención abiertamente interpretativa, que busca explicar la importancia de cada hecho en el desarrollo del evento. Son dos relatos de naturaleza distinta, el primero se narra desde la tercera persona, es más frío y analítico; el segundo es un flujo en primera persona lleno de interrogantes resueltos según la subjetividad del narrador.

La confrontación de los relatos arrojó una serie de elementos comunes que definieron los tópicos del estudio. Cada uno fue descompuesto en situaciones que sirvieron como hecho fundador o evento re-orientador. El análisis se hizo a partir de cinco categorías: prácticas, estrategias, momentos determinantes, características de grupo y perfiles individuales. Las prácticas son las dinámicas no planeadas del equipo; las estrategias son las acciones programadas con un propósito

concreto; los momentos determinantes son los hechos que cambiaron el rumbo de la organización; las características de grupo y los perfiles individuales tienen un sentido literal, independiente de cualquier contexto.

Estos componentes principales fueron puestos en paralelo con los conceptos expuestos en el marco teórico y las lecturas citadas en el marco referencial. Del análisis surgieron tres preguntas que se resolvieron en la fase de interpretación.

En el capítulo de interpretación se ordenó la información recolectada, de acuerdo con los fundamentos planteados en el objetivo general y se resolvieron las preguntas formuladas en la fase de análisis. A los tres ejes principales se añadió “dinámicas internas”, que sirvió como contexto del lugar en que se desarrollaron las prácticas, las estrategias y las temáticas del festival.

El crear conocimiento a partir de nuestras propias experiencias y mirar de manera introspectiva lo que se está haciendo, es una labor de gran importancia para la formación del comunicador social en la actualidad; como dice (Todorov, 2013) "cuando los acontecimientos vividos por el individuo o por el grupo son de naturaleza excepcional (...) el derecho (a la memoria) se convierte en un deber" es por esto que al comprender el valor que nuestros propios saberes tienen nos vemos en la obligación de emprender la misión de generar conocimiento y transmitirlo de tal forma que a posteriori los resultados de futuras prácticas puedan perfeccionarse gracias a la sistematización que entusiastas de nuestra área deciden producir.

2. JUSTIFICACION.

Los festivales de cine son parte del ecosistema de la industria audiovisual en el mundo, son espacios de encuentro del oficio cinematográfico en los que se crean mercados de coproducción y realización entre diversos actores que de otra manera difícilmente se podrían llevar a cabo. La relación de estos con la industria, depende en gran medida del enfoque que los mismos tengan, cada uno tiene públicos y objetivos diferentes lo que enriquece enormemente el circuito de festivales. A nivel nacional el aporte de estos, se ve reflejado en la circulación, promoción y divulgación de la cinematografía local que hoy en día presenta un enorme crecimiento. Del mismo modo buscan construir audiencias capaces de consumir de modo crítico ese cine que no entra dentro de los parámetros del Modelo de Representación Institucional (MRI) de Hollywood. Son entonces, canales para la distribución alternativa de películas que no están pensadas originalmente para llegar a las pantallas de cine comercial. Esta es la misión fundamental de los festivales, lograr que estas obras puedan contactar a un público o hacerse a un público y al mismo tiempo, servir como academia para los realizadores y productores independientes que de otra manera no tendrían acceso por cuestiones de tiempo, dinero o interés.

Los festivales de cine como parte de las economías creativas o llamadas “Economía naranja”, “representa una riqueza enorme basada en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y por supuesto, la herencia cultural de nuestra región. Es por tanto de vital importancia mirar hacia allá en este preciso momento,” (Duque Marquez & Buitrago Restrepo, 2013)

En este orden de ideas el presente texto pretende recopilar y potencializar una idea que nace durante un proceso académico de la mano de la profesora Diana Kuellar, un festival universitario de cine que surge del trabajo de la asignatura de Producción en el marco de las electivas profesionales de la carrera de Comunicación Social y formación básica en Periodismo de la Universidad del Valle

y que busca consolidarse en el ámbito audiovisual nacional e internacional como una plataforma de promoción, divulgación y aprendizaje acerca del cine y todos sus derivados.

La ejecución de esta sistematización estará a cargo del estudiante de Comunicación Social; Freddy Ladino Samboni quien ha hecho parte del equipo creativo y de producción del Festival, así como de su gestación y nacimiento dentro de la Universidad. Se pretende que los procesos que se han vivido desde la organización del evento tengan trascendencia y se potencialicen al interior de la universidad, por lo anterior nace la idea de desarrollar un documento que contribuya a la construcción de memoria y a la comprensión de los roles dentro del mismo.

A grandes rasgos; se busca suplir las necesidades de CINESPACIO, definiendo las líneas de acción; dando al suceso un direccionamiento estratégico, por medio de la sistematización de todo lo que corresponde a las ediciones realizadas hasta la fecha y unas bases fundamentales desde la teoría de la industria cultural. De igual manera; 1. Estructurar la planeación del evento, 2. Definir Roles 3. Diseñar la promoción, 4. Construir estrategias de posicionamiento e 5. Identificar los diferentes apoyos financieros pertinentes para el mismo.

Al identificar estos comportamientos, será entonces posible observar, analizar y transformar cada uno de ellos, con el fin de adaptarlos a las necesidades futuras del festival, permitirse explorar campos de acción impensables y conquistar los públicos más esquivos. De esta manera, generando un espacio propicio para la divulgación, contemplación y entendimiento de las múltiples miradas que ofrece la escena audiovisual mundial en la actualidad.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Sistematizar los saberes adquiridos en el proceso de realización del Festival Universitario de Cine CINESPACIO en la Universidad del Valle a partir de las prácticas de gestión, las estrategias comunicativas y la estructura organizacional del proyecto.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contextualizar sobre el proceso de gestación de las dos primeras versiones del festival.
- Evidenciar las formas alternativas de gestión financiera, empleadas durante el Festival Universitario de Cine CINESPACIO.
- Establecer las herramientas comunicativas implementadas por el Festival para convocar al público de la ciudad.
- Identificar qué elementos de la organización interna del festival de cine son pertinentes para desarrollar un manual de organización y promoción del festival universitario de cine CINESPACIO que lo consolide como un espacio cultural.
- Elaborar un documento con recomendaciones que sintetice los aprendizajes adquiridos y sirva como guía para la realización del evento dentro de la universidad y garantizar su permanencia.

4. CONTEXTO

Santiago de Cali es la capital del departamento del Valle del Cauca, se encuentra ubicada en el suroccidente de Colombia y es la tercera ciudad más poblada del país después de Medellín y Bogotá, en este sentido la ciudad ha sido un significativo enclave económico y cultural de la nación, su tierra fértil y próspera le ha permitido ser el epicentro de grandes empresas del sector productivo y del mismo modo un referente en desarrollo social. Cali cuenta con una población que asciende a los 2'394. 925 habitantes y que se extiende en un área de 564 km² según “Cali en cifras” publicación de la Alcaldía de Cali.

En Cali existen 72 salas de cine con capacidad para 13,336 personas, de estos teatros sólo dos de ellos no pertenecen a empresas del sector de distribución cinematográfico, las demás hacen parte de firmas como Cinecolombia, Cinépolis y Royal Films. Las otras dos son: la cinemateca del Museo de Arte Moderno La Tertulia y la cinemateca de Proartes. La sala que cuenta con más visitantes es el multiplex del centro comercial Unicentro, el cual terminando el 2016 contaba con 925.357 asistentes durante el año según la revista Dinero.

Hay un periodo notable en Cali que surge en los años veinte, en el contexto de la filmación y distribución de MARIA, la primera película de ficción que se filma en Colombia, así mismo existe una segunda etapa, que está investigando Ramiro Arbeláez donde se filma GARRAS DE ORO, película que fue encontrada, hace pocos años por Rodrigo Vidal.

Posteriormente está el proceso de la filmación de FLORES DEL VALLE que es la primera película sonora y La Gran Obsesión (1955) que es la primera a color. En estos periodos hay procesos de difusión, en casas privadas y escenarios públicos, donde hay un activo desarrollo donde los públicos interactúan con el cine de la época. Es en el año de 1959 se establece el primer cineclub de Cali, el del Museo La Tertulia, encabezado por Maritza Uribe de Urdinola, este cineclub se

interesa por la difusión y promoción del arte cinematográfico. Del mismo modo en la década de 1960 Carlos Mayolo, Jaime Vásquez y Enrique Buenaventura fundan el cineclub Cine Estudio 35. La actividad audiovisual del llamado grupo de Cali, a partir de los años setenta, puede ser dividida en tres grandes etapas, aunque los extremos temporales de ellas se confundan. Una primera, distinguida por la cinefilia y la experimentación, y comandada en su mejor momento por Andrés Caicedo. Una segunda que arranca después de la desaparición de Andrés, del Cineclub de Cali y de la revista Ojo al cine y que está caracterizada por la producción cinematográfica, donde son figuras centrales Luis Ospina y Carlos Mayolo así mismo una tercera que comienza con la fundación del canal regional de televisión Telepacífico en 1988 y que se caracteriza por la producción de documentales televisivos y la formación universitaria. (Arbeláez, 2012)

El 10 de abril de 1971 Andrés Caicedo inaugura su cineclub al que denomina Cineclub de Cali. Según (Arbeláez, 2012) El Cineclub de Cali contó con el apoyo logístico de Ciudad Solar, institución cultural acabada de fundar bajo la protección de Hernando Guerrero, que propició la expresión de un grupo de jóvenes artistas e intelectuales marginados de los centros de poder cultural. En ese lugar se abrió espacio a nuevas formas de concebir el arte, la rebeldía y la libertad. Allí tuvo lugar cada semana la proyección de "cine subterráneo", una extensión en 16 mm. del Cineclub de Cali, también programado por Andrés Caicedo; función que más tarde asumió la casa de Luis Ospina, que se convirtió en el cuartel general de todas las operaciones cinematográficas. De esta manera se propició la creación del programa de documentales Rostros y Rastros, este proyecto televisivo no fue solo un espacio dedicado enteramente al cine documental de autor, sino además el lugar de formación de muchos realizadores audiovisuales del país y quizás la cúspide de la influencia en producción que desde la Universidad del Valle se gestó en la región. Durante doce años, el programa permitió a los estudiantes y docentes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle experimentar con el documental, forjando miradas críticas y generando

en el público una respuesta nunca antes vista en la televisión regional del país. Este proyecto contó con la presencia de importantes directores nacionales como Antonio Dorado, Luis Ospina, Oscar Campo, Carlos Moreno, Carlos Fernández de Soto y Jorge Navas. Además de la aproximación entre el audiovisual y el periodismo, ese proyecto también respondió a la asimilación de técnicas y métodos propios de la antropología y de modo más amplio al propósito de hacer de Rostros y Rastros un espacio de encuentros entre distintas disciplinas. (Aguilera Toro & Polanco Uribe, 2009)

En este orden de ideas es de resaltar la labor que se desarrolla dentro de la Universidad del Valle, más precisamente desde la Escuela de Comunicación Social en la promoción, desarrollo y difusión del audiovisual en el Valle del Cauca. Con importantes espacios como el Cine Club Caligari adscrito además a la Cinemateca de la Universidad del Valle y encabezado por el Docente Oscar Campo este estamento académico pretende dar continuidad a los procesos antes mencionados.

El grupo de Cali y su Gótico tropical dejaron una enorme huella y un vacío tremendo entre los nuevos realizadores audiovisuales de la ciudad. Las ansias de filmar, las historias de vida, la experimentación, no daban espera y pudo más las ganas que las limitaciones para que dos de los más prominentes realizadores de la región pudieran hacer sus películas: Yo soy otro (Campo, 2008) y El Rey (Dorado, 2004). La ley del cine 814 de 2003, propició entre otras cosas, el apoyo de diferentes instituciones, quienes por medio de los Certificados de donación cinematográfica podían respaldar a estos artistas audiovisuales en sus exploraciones y proyectos. Del mismo modo se encargó de regular los diferentes montos que la industria de la distribución y comercialización del séptimo arte deben pagar por beneficiarse de este proceso cultural.

Por otra parte, con la desaparición de Rostros y Rastros y la centralización de la producción audiovisual en la capital del país, el departamento del Valle del Cauca presenta un declive enorme en su participación dentro de la industria a nivel nacional. No es sino hasta el año 2009 cuando por iniciativa de Rodrigo Vidal, quien, a través de la Alcaldía de Cali, hace una propuesta sobre un Festival de Cine en Cali, que tendría una cobertura entre los países del área del pacífico, para incluir los países del continente americano y asiático. En el momento de fundar el festival, Luis Ospina es propuesto para emprender la orientación que hasta la fecha tiene el festival. Con nuevos realizadores y con un ambiente renovado y propicio para el audiovisual, Cali da muestras de su resurrección como epicentro del séptimo arte en Colombia. Realizadores como Oscar Ruiz Navia, William Vega, Santiago Lozano, Jhony Hendrix, Carlos Moreno entre otros, convierten a Cali en un centro de acopio para nuevas productoras y proyectos novedosos enfocados mayoritariamente a la realización de largometrajes y medimetrajes de ficción que hoy por hoy son lo que mayor reconocimiento le dan al cine nacional internacionalmente.

Desde El Rey (Dorado, 2004), se inició un proceso de reconstrucción de la prolífica historia del audiovisual en Cali, los nuevos realizadores se agruparon y diseñaron una estrategia de producción tan bien articulada, que permitió el desarrollo de diferentes productos a lo largo de unos pocos años. Esta necesidad de entender y conocer más a fondo las diferentes corrientes y miradas que ofrece el cine en Cali y especialmente en la Universidad del Valle, es uno de los principales detonantes del proceso cultural llamado CINESPACIO, el cual trataremos más adelante.

5. EL PROBLEMA

5.1 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.

¿De qué manera aportar al proceso de consolidación del festival, a partir de las experiencias vividas en las dos primeras ediciones, en relación a su financiación, sus estrategias comunicativas y su estructura organizacional?

5.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

El Festival Internacional Universitario de Cine CINESPACIO como proceso cultural ha significado; a lo largo de las dos versiones en que participé, diferentes tipos de prácticas, aprendizajes, logros, dificultades; que de no ser sistematizadas caerían en el olvido, pero que de sistematizarse podrían ser una ganancia en cuanto a conocimientos y experiencias significativas que harían más fácil, el apropiarse enteramente de la experiencia con fin de comprenderla y orientarla hacia el futuro con una visión transformadora.

Es por esto que la falta de una propuesta de sistematización que acompañe paralelamente el desarrollo de CINESPACIO, implica un desconocimiento de la naturaleza intrínseca de los saberes. Esta práctica errática nos conduce al encasillamiento en las estructuras del conocimiento proveniente del exterior, a la débil autoestima frente al valor que tienen nuestras experiencias y en definitiva, al estilo de vida que nos propone el sistema, que en ocasiones no nos da tiempo para sentarnos a pensar, organizar lo que hemos hecho o preguntarnos desde dónde y cómo lo estamos haciendo.

Es de esta manera, que con el fin de establecer una recuperación del proceso, sus experiencias y conocimientos, con el fin de promover la continuidad dentro de la universidad y que futuras generaciones de estudiantes tengan un referente en la realización de prácticas culturales de este tipo, se hace necesario reconstruir, documentar y sistematizar la experiencia del Festival Universitario de Cine CINESPACIO desde los aspectos más relevantes de su realización: el primero es el aspecto financiero; con el fin de dar a conocer cómo se consiguieron los recursos para la producción, el segundo serían las estrategias y mecanismos de comunicación que se emplearon en la convocatoria de público, invitados y equipo de trabajo en torno al cine y finalmente analizar la estructura organizacional del festival.

6. LIMITACIONES

Las limitaciones del proyecto están relacionadas con la implementación que se le dé al interior del festival y la aceptación que pueda tener dentro del equipo de producción, pues si bien busca ser una herramienta que permita el mejor funcionamiento del mismo, sería erróneo considerarlo como único método, de esta manera en el camino que se decida tomar con este esquema es necesario tener en cuenta que solo hasta pasado varias versiones del festival se podría determinar si la investigación aquí relacionada ha sido adecuada para cumplir con los objetivos que pretende abarcar, es oportuno aclarar aquí, que a pesar de que la propuesta parte de dos experiencias que se realizaron hace varios años, la reflexión está pensada a largo plazo, pues el proceso tiene justamente la cualidad de transformarse, no solo por la experiencia y las condiciones generales, sino porque el proyecto está pensado como una propuesta donde la dirección del evento, cambia cada año. Esa es una ventaja, pero es también un peligro. y quizá en esa medida es que es importante realizar este documento, para de este modo tener un punto de partida que permita darle continuidad a procesos

efectivos y prever situaciones que puedan impactar de manera negativa el desarrollo de esta práctica cultural.

7. MARCO DE REFERENCIA.

7.1 SISTEMATIZACIÓN

Para la sistematización de experiencias existe consenso en puntos de gran importancia: La sistematización permite relacionar la teoría con la práctica, es una actividad de producción de conocimientos sobre la práctica y a través de la sistematización es posible dar a conocer y comprender las prácticas y estrategias de acción y promoción social. Teniendo en cuenta estos tres puntos es entonces un proceso a través del cual se recupera lo que los sujetos saben de su experiencia para poder comprenderla, interpretarla y comunicar, produciéndose así un nuevo tipo de conocimiento (Martinic & Walker, 1987)

La palabra sistematización, utilizada en diversas disciplinas, se refiere principalmente a clasificar, ordenar o catalogar datos e informaciones, a “ponerlos en sistema”. Es la noción más común y difundida de este término. Sin embargo, en el campo de la educación popular y de trabajo en procesos sociales, lo utilizamos en un sentido más amplio, referido no sólo a datos o informaciones que se recogen y ordenan, sino a obtener aprendizajes críticos de nuestras experiencias. Por eso, no decimos sólo “sistematización”, sino “sistematización de experiencias”. (Jara, 2017)

Es largo el camino recorrido por las prácticas y técnicas de sistematización que se han desarrollado en América Latina, construyendo una enorme praxis de producción de conocimiento que ha ido generando a su vez una serie de escuelas y concepciones. Marco Raúl Mejía en su texto, *“La sistematización. Empodera. Produce saber y conocimiento sobre la práctica”*, reconoce una cercanía de los procesos de sistematización con algunos enfoques de la investigación cualitativa como la investigación-acción participante y la etnografía. Sin embargo, difiere en cuanto a que la

producción del saber, la hacen los mismos actores que son parte del proceso, es decir, que la sistematización a manera de producir conocimiento propio, se hace desde el interior del proceso y no tras el proceso.

De acuerdo con Mejía; la sistematización, como técnica que busca explicitar la comprensión de las prácticas desde los sentidos que fueron producidos por los actores que las han desarrollado, exige tener en cuenta los instrumentos existentes para la recolección y recuperación de la información; por lo tanto, la propuesta de sistematización requiere acudir a la crónica de flujo del proceso el relato, el archivo y la entrevista abierta.

La formulación del proceso de sistematización debe llevar consigo tres elementos claves para su correcto desarrollo, el primero de ellos es la labor de reconstruir, en este primer elemento se hará una reconstrucción ordenada de lo que sucedió, de manera cronológica, lo cual permite entre otras cosas considerar de forma general los acontecimientos e identificar los momentos más representativos del mismo. Luego entonces se debe ordenar y clasificar la información, teniendo en cuenta los distintos componentes de la experiencia, priorizando los aspectos más relevantes y que generen mayor interés de ser analizados. Finalmente se podrá llegar al punto de análisis e interpretación de lo recolectado, acá se debe tener en cuenta los diferentes factores y sus relaciones, así como mirar las particularidades de cada uno.

Es entonces el momento de conocer los factores claves o fundamentales; entender, explicitar o descubrir la lógica que ha tenido la experiencia (¿por qué pasó lo que pasó y no pasó de otro modo?). (Jara, 2017)

Hay que entender, por lo tanto, la sistematización de experiencias como procesos históricos, procesos complejos en los que intervienen diferentes actores, que se realizan en un contexto económico-social determinado y en un momento institucional del cual formamos parte.

De este modo, es conveniente observar la sistematización de experiencias, como procesos introspectivos de reflexión personal y colectiva, que involucra la escritura y la valoración del trabajo propio como insumo principal. Esto con el fin de lograr una interpretación crítica de la misma, que ha futuro permita extraer conocimiento y aprendizajes útiles para así contribuir a enriquecer la teoría.

7.2 ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS.

Las estrategias de comunicación son los mecanismos mediante los cuales las organizaciones procuran transformar, implementar y posicionar nuevos conceptos dentro y fuera de ellas. Son el medio a través del cual se informa acerca de los procesos que se gestan interiormente, un ejemplo de esto sería la revista “Ciudad Vaga” un esfuerzo periodístico que busca divulgar eficazmente procesos desarrollados en el taller de prensa y que pasa a un nivel pragmático, con el limitante de los recursos económicos, pero que abre las puertas a la libertad creativa y pone en práctica los senderos de la intuición.

La tarea de crear una imagen que impacte positivamente es ardua; los vínculos entre los medios y la entidad requieren de conocimientos adecuados acerca de las exigencias productivas de los medios de comunicación, es decir que quien se encargue de dichas relaciones debe ser consciente de detalles como; el día y la hora adecuada para convocar una rueda de prensa, el horario indicado para llamar a un periodista, el tipo de letra y la información que incluirá en un comunicado de prensa y tener claro las necesidades de los medios con el fin de gestionar la comunicación de la organización con su entorno, esto debido a que los medios funcionan de manera diferentes dependiendo del enfoque de cada uno de ellos. (Caballero & Álvarez, 1997)

Además del conocimiento técnico con relación a los medios de comunicación en términos cuantitativos y cualitativos, se hace necesario saber cómo transmitir esta información de manera

que se logre un diálogo asertivo entre la organización, la sociedad y con los profesionales que laboran en diferentes medios sean grandes o pequeños.

Del mismo modo es relevante para el análisis de las estrategias de comunicación L. Wilcox con su texto *Relaciones públicas, tácticas y estrategias*, donde hace referencia a la *publicity*, como recurso de comunicación que permite a las empresas obtener repercusión en los medios de forma gratuita. En este caso la compañía no actúa como anunciante sino como medio de comunicación.

Por un lado, la *publicity* con relación a la publicidad, presenta una ventaja de ahorro sustancial, sin embargo, requiere de unas condiciones y prácticas diferentes con relación a esta última. Es un recurso valioso y útil pues permite a las organizaciones disponer de manera gratuita de un medio de difusión de mensajes.

Entre sus peculiaridades, la *publicity*, al figurar en la superficie redaccional del medio, gana en credibilidad y en penetración psicológica; es decir, es fácil persuadir cuando el destinatario no es consciente de nuestra intención. El público, en este sentido, valora de diferente manera una noticia frente a un anuncio. Al estar expresada en forma de texto, ofrece la posibilidad de ser más descriptiva que la publicidad, y dar detalles acerca del producto o servicio en cuestión.

Una forma de abordar esta herramienta es por medio de medios de comunicación no convencionales como; los blogs especializados, el debate público, las apariciones en eventos relacionados, las redes sociales; la aparición de la organización como referencia e interlocutor garantiza una transmisión del mensaje de manera más directa y sustancialmente mejor direccionada hacia lo que se quiere dar a conocer.

Sin embargo el autor cree que; el suministro de la información frecuente a los medios para nutrir de información a la comunidad acerca de los asuntos de la organización, no es suficiente para mantener el interés de los medios y la atención del público; por ello recomiendan tener en cuenta lo que llama “la creación de acontecimientos”, hecho que acude a la producción de la noticia;

hechos que atraen cobertura de los medios de comunicación, proyectos que son denominados por el historiador Daniel Boorstin, (Boorstin, 2008) como “pequeños acontecimientos”; refiriéndose no a enviar informaciones falsas a los medios de comunicación ni nada poco ético, sino a provocar que algo suceda.

Continuando, el recorrido teórico que sustenta las relaciones informativas entre las organizaciones y la comunidad a través de los diferentes medios de comunicación, el autor recomienda no pasar por alto las “características del público” a la hora de diseñar las estrategias comunicativas, reafirmando que la audiencia está cada vez más orientada hacia lo visual, como respuesta al enorme impacto de la televisión en la vida diaria de las personas.

Sin embargo, elegir el medio de comunicación adecuado al público que queremos llegarle con la información de nuestra organización, exige ejecutar un análisis de las características, ventajas y desventajas de los medios de comunicación impresos, la televisión, la radio y los medios online.

Se hace relevante entonces indagar sobre posibles aliados a la hora de comunicar, es por esto que vale la pena encontrar en otras áreas, autores y estrategias que faciliten los mecanismos de comunicación, no basta con redactar un comunicado de prensa o escribir una noticia, hay que entender cuáles pueden ser los posibles efectos de las mismas, ver más allá de lo evidente y aventurarse a poner en práctica nuevas maneras de hacer las cosas en una cultura de masas que demanda modernización y un lenguaje adaptable a los intereses del público.

El interés sobre esta particularidad que vincula la publicidad con las estrategias comunicativas, recae en la proyección del modelo de gestión; sin unas adecuadas herramientas promocionales no sería posible la continuidad y el desarrollo del mismo, es por eso que al no indagar adecuadamente en este campo y dejar de lado su importancia, se limita enormemente los campos de acción de las experiencias asociadas. Desde un enfoque técnico, la publicidad es un área de la comunicación comercial, que pretende influenciar al consumidor con relación a un producto. Esto sucede en un

proceso bidireccional que implica una participación activa entre el emisor y el receptor, donde existe una comprensión del mensaje y una reacción o respuesta por parte del público objetivo.

7.3 LA GESTIÓN CULTURAL Y LOS FESTIVALES.

Definir la gestión cultural de una manera u otra requiere de entender en primera instancia, la palabra cultura, que dependiendo del país en el que nos encontremos puede tener distintos significados, por ejemplo: en alemán *Kultur* ostenta un sentido de diferenciación entre un pueblo y otro, mientras que en el francés *Culture* existe mayor universalidad, cultura se refiere a la identidad, a lo simbólico, a la multiculturalidad. Sin embargo, en este caso particular, el significado acorde del término es el propio del latín, donde cultura hace referencia a cultivar el espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. García Canclini la define como “el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas” (Canclini, 1989) la cultura sería un tejido social, que abarca las diferentes formas y expresiones de una sociedad determinada, algo que se comparte. Según Canclini sería también “el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles, y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social” (Canclini, 1989)

La gestión cultural establece entonces, una propuesta prioritaria para el progreso humano siempre y cuando esta se vea cimentada con un concepto abierto y operativo de la cultura que tenga en cuenta los rasgos que identifican a las sociedades que pretende influir. Por tanto, la importancia de que las políticas culturales generen factores que mejoren la convivencia y que incluyan la diversidad y multiplicidad cultural actualmente es incuestionable. Así, las políticas culturales al servicio del interés general constituyen un referente fundamental en pro del desarrollo sostenible.

De manera que es necesario hablar de gestión cultural, este es un concepto acuñado en el proceso de realizar procesos culturales para plantearse así técnicas que resultan ser formalizadas. En primera medida, la gestión, entonces, podría considerarse como ese conjunto de saberes y prácticas que concierne a los procesos de administración, aplicable al ámbito cultural y a las dimensiones del quehacer cultural que aseguren un adecuado y eficiente desenvolvimiento de las políticas, tanto en los sistemas macro-sociales como en aquellos relacionados con el comportamiento de entidades, programas o proyectos específicos del sector.

La gestión cultural como profesión se instala en la relación de las actuaciones culturales y posibilidades para generar efectos en el desarrollo integral, superando así tareas de formación, de animación e incluso de administración de servicios culturales. (Gutierrez, 2011)

Los festivales de cine incluidos como bienes culturales, se plantean retos organizativos amplios que implican la capacidad de proyectarse, justificarse y ser sostenibles ante las variables que cambian en el mundo. Entendiendo al cine a modo de bien cultural al servicio de la sociedad, yace ahí la importancia de la gestión de espacios en los cuales se divulgue y promueva libremente las prácticas asociadas al mismo, entre ellas: la producción, creación y consumo.

Desde sus inicios los festivales de cine fueron muestras de películas que contaban con la participación de actores y directores de la industria. Corría el año de 1932 en Venecia, donde se organizó el primer festival internacional de cine. En aquella época el acontecimiento tenía mucho más que ver con rivalidades nacionalistas que con las películas en sí mismas. La Segunda Guerra Mundial se acercaba, y en Venecia se empezaban a favorecer las filmografías alemana e italiana. En 1938 todo el mundo esperaba que “La Gran Ilusión” de Jean Renoir se llevara el premio en Venecia, pero la *Coppa Mussolini* se fue ex-aequo para Olympia, de Leni Riefenstahl y la película italiana Luciano Serra pilota, de Goffredo Alessandrini. Los franceses se marcharon iracundos del

festival, así como los representantes británicos y estadounidenses, en protesta por la irrupción de la política en el arte. (Festival de Cine de Cannes, 2018) En 1935 Rusia fundó el segundo encuentro cinematográfico, el Festival de Cine de Moscú. Aparte del evento en Venecia, los festivales de cine más importantes del mundo occidental son: Festival de Cine de Cannes, el más famoso y prestigioso de nuestros días creado en 1939; Festival Internacional de Cine de Berlín, conocido también como la “Berlinale”, entrega desde 1951 su premio más importante, el oso de oro; Festival de Cine de San Sebastián, realizado en España desde 1953, ha servido de plataforma a directores como: Almodóvar y Coppola; finalmente está Sundance, creado en 1980 por Robert Redford, uno de los pioneros en apoyar el cine independiente, que además es, de cierta manera un claro ejemplo de la gestión cultural en el cine, que se aparta del ámbito comercial.

En Latinoamérica, el primer festival fue el de Cartagena, el hoy llamado Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias, creado en 1960 en medio de las dictaduras latinoamericanas, encabezadas por la Junta Militar que derrocó a María Estela Martínez de Perón, las cuales generaron crisis en la naciente industria de las productoras de cine de América latina porque censuraron y prohibieron películas, la disminución en la cantidad de películas producidas y la calidad de las obras cinematográficas que se deterioraron fuertemente. Inicialmente, este festival tuvo un rol político que terminó por disolverse a finales de la década del 80.

En 1959, un grupo de empresarios y personalidades del mundo cultural de Cartagena, encabezado por Víctor Nieto, inicia los contactos con la Federación Internacional de Productores de Films, FIAPF., a través de la Embajada de Colombia en París, con el fin de organizar un festival internacional de cine, aprovechando las ventajas comparativas ofrecidas por Cartagena, nueva sede del desarrollo turístico nacional, gracias a sus fortalezas históricas y bellezas naturales. El cine colombiano y el cine latinoamericano comparten una de las dificultades centrales del desarrollo de la mayoría de los cines nacionales. La ausencia de promoción y divulgación de realizadores y obras,

el conocimiento y reconocimiento de los públicos de sus propios países y la falta de un mercado nacional que permita la sobrevivencia y expansión del cine nacional como industria, hacen del festival de cine un escenario especial no sólo para enfrentar, en forma crecientemente exitosa dichos problemas comunes a la cinematografía del área, sino para procurar, en especial, el desarrollo industrial del cine colombiano.

Para tal efecto, se esmera por su muestra y promoción nacional e internacional, por su estímulo a acuerdos de coproducción y producción, por su capacidad relacional de todos los estamentos del mundo del cine colombiano (productores, realizadores, actores, actrices, guionistas, críticos, cine clubistas, medios de información, etc.) y por la discusión de nuevos proyectos cinematográficos y la formación de públicos. (Lozano, 2015)

El primer cine club del país se creó a finales de la década del 40. Un grupo de intelectuales se reunió en septiembre de 1949 para crear el Cine Club de Colombia. Ellos eran, entre otros, Bernardo Romero Lozano, Gloria Valencia de Castaño, Carlos Martínez y Jorge Valdivieso, liderados por Luis Vicens Estrada, quien había llegado a Colombia en 1936. Este catalán, librero y editor, actuó como mecenas e impulsor de muchas actividades artísticas y culturales tanto en Barranquilla como en Bogotá y es el responsable del primer ejercicio de cine experimental en el país: *La langosta azul* (1954), donde también estuvieron presentes Enrique Grau y Nereo López y que contó con el guion de Álvaro Cepeda Zamudio y una colaboración de García Márquez para el mismo. (Patrimonio Filmico, 2013)

La formación de un nuevo público con actitudes críticas hacia el fenómeno cinematográfico y con exigencias de calidad en cuanto al contenido y la forma de las películas exhibidas, es el resultado de la actividad comprometida de los cine club. Los cineclubes son reconocidos como escuelas de cine pues han generado un ambiente para la apreciación y realización de este arte, el objetivo primordial de los cineclubes es abrir a los interesados un espacio para analizar y compartir

opiniones acerca de las películas que se proyectan. El cineclub generalmente funciona de acuerdo con la siguiente estructura; introducción o presentación del tema o película, proyección y finalmente el cine foro, siendo este último el propósito principal del proyecto.

7.4 MRI Y CINE DE AUTOR

El Modo de representación institucional o MRI es un término bajo el cual se designa el cine anclado a los sistemas de producción acuñados por Hollywood en aspectos como la narrativa, el montaje, la actuación entre otros. El crítico y teórico de cine estadounidense Noël Burch fue el primero en designarlo de esta manera en su libro *Praxis del cine* (Burch, 2003), con el fin de referirse a las producciones cinematográficas consolidadas en Estados Unidos desde los años treinta y que se ha difundido mundialmente como lo que se entiende por cine, en gran medida debido a la monopolización de este modelo de representación. Las convenciones planteadas por el MRI frente a las producciones cinematográficas han contribuido a una superproducción de contenido audiovisual que ha inundado los cines del mundo con productos altamente rentables, haciendo de esta industria una importante fuente de economía resistente aún a las recesiones económicas. En el MRI aspectos como el *Star System* donde hay un actor principal, quien normalmente es un destacado miembro de la farándula internacional, cuyo reconocimiento como figura es muchas veces, más importante que la película en sí; relega otras producciones a espacios menos comerciales y a un éxito más limitado. La función que cumple este modo dentro de la industria es la de entretener, es por eso que se apropia de elementos de otras artes como la música, la fotografía, la literatura, entre otros, con el fin de brindar una parrilla de contenido que se adapte a los gustos de los espectadores. Por otra parte, en manera de respuesta a esta forma hegemónica de hacer cine, algunos autores se mueven hacia diferentes estilos cinematográficos cuyo término teórico sería “*Cine de autor*”, nombre que proviene de la discusión planteada por personajes como François

Truffaut , Jean Luc Godard, Jacques Rivette en sus escritos para la revista “*Cahiers du cinéma*” en los años 50, un espacio donde se permitían teorizar sobre las diferentes técnicas, elementos recurrentes y narrativas de aquellos que a su criterio trasgredían el modelo implementado por el *Studio System* hollywoodense. Basándose en dos variables, la caligrafía cinematográfica y la recurrencia temática, elevaron a *auteurs* a un llamado *Panteon* en el cual solo quienes cumplieran con las condiciones que planteaba la teoría de autor podían ser incluidos (Sarris, 1962). Esta otra forma de hacer cine, buscó de igual manera espacios propios de divulgación y despertó el interés de otros públicos, unos más educados audiovisualmente; pero cuyo alcance e influencia, en gran medida se vieron coartados por la poca distribución y baja afluencia de consumidores. No hace mucho la revista norteamericana *Empire* ha efectuado una encuesta entre sus lectores para decidir cuál es el mejor director de la historia del cine. El resultado, previsible en el fondo, ha colocado en la cumbre a Steven Spielberg en una lista de nombres en la que no se hallaba Jean Renoir, ni Roberto Rossellini, ni Eisenstein, ni Jean Vigo, ni Kurosawa... Con esta votación se ha demostrado una vez más que, en el campo de la cultura de masas, el paso del tiempo acaba por convertirla en cultura de especialistas, es decir, de historiadores. El cine sigue siendo un espectáculo popular, pero su historia es ya cosa de expertos. (Sanderson, 2007)

7.5 PERSPECTIVA PROPIA.

El problema de construir y gestar un evento cultural en nuestro país es mucho más grande en razón de que los limitantes geográficos, políticos y culturales son cada vez mayores. Colombia es hoy en día una economía en desarrollo que lentamente inicia a apostarle a la cultura como medio de construcción de ciudadanía, aportándole a esta importantes sumas de dinero que permiten fomentar la participación de los ciudadanos en actividades culturales de interés nacional, llegando a designar

durante el año 2017 un total de \$34.308.869.108 de pesos para la realización de distintas labores culturales según fuentes del Ministerio de Cultura, por tal motivo es pertinente acotar que procesos como el del Festival Universitario de Cine CINESPACIO son relevantes dentro de la agenda cultural de la nación y requieren consolidarse de tal manera que lo conviertan en un actor que inflencie este tipo de iniciativas.

Desde la Universidad del Valle, como entidad pública y haciendo honor a su interés de ser un bien compartido; se requiere fomentar la inclusión de la sociedad a este tipo de procesos, cuya labor educativa no puede limitarse solo a la academia que ocurre dentro de ella sino, además debe abrir sus puertas e invitar a una mayor cantidad de ciudadanos a la construcción de ciudadanía a través de la promoción cultural. A esto se suma la dificultad concreta de organizar eventos en una universidad pública, con un grupo de estudiantes que en su gran mayoría proviene de estratos 1, 2 y 3, los cuales en gran medida no cuentan con los apoyos económicos para realizar muchas de sus labores académicas, pero cuyo interés y ganas es quizás el mayor recurso con el que cuentan.

En consecuencia de lo anterior, el Festival Universitario de Cine CINESPACIO buscó apropiarse de espacios no seculares de proyección y llevar el cine a todos aquellos que, por cuestiones de tiempo, interés o falta de información no tienen acceso a la producción audiovisual alternativa que es cada vez mayor a nivel mundial, es por eso que la sistematización de su experiencia de gestión cultural debe ser sistematizada y de esta forma direccionar de manera asertiva sus objetivos a largo plazo. La piratería, el internet y el cine comercial son los principales contendores de los festivales alternativos de cine así como la falta de educación para el consumo audiovisual, hoy en día es más fácil acceder a una producto audiovisual de lo que era hace 10, 20 o 30 años, desde la comodidad de nuestros hogares tenemos acceso a páginas de internet donde visualizar lo que se está haciendo

dentro y fuera de nuestro país, sin embargo, en estos lugares no hay cabida a la discusión académica y al aprendizaje, esto en gran medida debido a la escasez de direccionamiento y conocimientos por parte del consumidor.

En este orden de ideas es pertinente y necesario consolidar espacios similares, que permitan garantizar, al menos localmente, el correcto consumo de los productos de la industria cultural y así evitar que decaiga la producción de los mismos; no hay que ir muy lejos para entender esta problemática, solo basta con revisar los archivos de material audiovisual de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle para darse cuenta como centenares de materiales que han requerido de tiempo, trabajo y dedicación de equipos enteros, se quedan en los escaparates sin tener la posibilidad de salir a la luz, ya que no caben dentro de los parámetros de producción del MRI (Modelo de representación institucional) es por eso que CINESPACIO se cimienta bajo la premisa que los asistentes cuentan con la oportunidad de ver películas que quizás nunca van a volver a ver; luego entonces, CINESPACIO debe ser híbrido y poli alfabetizado, esto con el objeto de ampliar la oferta cinematográfica y cultural, convertirse en un espacio de la industria para la formación y fomento dirigido a profesionales de la misma, brindar apoyo a los realizadores y convocar al público, que en últimas, son nuestra principal herramienta de trabajo.

Actualmente los esfuerzos de la escuela con relación a la divulgación se han acrecentado, gracias al trabajo que se realiza con Rostros y Rastros a través del canal regional Telepacífico, permitiendo que estos trabajos circulen, pero es aún insuficiente debido a la gran cantidad de material, por lo tanto, es ahí donde radica la importancia de CINESPACIO para continuar esta labor de promoción.

8. METODOLOGÍA.

Dado que la sistematización es una alternativa a aquellos caminos que se construyeron con base en el método científico y que ignoraban la subjetividad como elemento válido y valioso en la construcción de conocimiento nuevo, la propuesta aquí esbozada incursiona dentro de los lineamientos del estudio cualitativo, porque toma el proceso a manera de cúmulo de información que trasciende a las características medibles y comprobables positivamente (positivismo) que propone los estudios cuantitativos. En tal sentido se pretende sistematizar la experiencia del Festival universitario de Cine CINESPACIO desde la investigación cualitativa empleando el enfoque de “La Sistematización y trabajo social” puesto que la sistematización es “...un proceso de reconstrucción y reflexión analítica sobre una experiencia personal o ajena, que interpretamos para comprender. Ello permite obtener un producto consistente y sustentado, a partir del cual es posible transmitir la experiencia, confrontarla con otras y con el conocimiento teórico existente, y así contribuir a una acumulación de conocimientos generados desde y para la práctica”

8.1 DISEÑO DEL PROYECTO DE SISTEMATIZACIÓN.

En esta fase se formula la propuesta de sistematización, el sentido de ella; ¿para qué se quiere sistematizar esa experiencia? ¿Qué conocimientos se espera obtener, qué producto se espera lograr, a quién se quiere que le sirva? Se formulan las preguntas que se quieren responder a través de la sistematización. ¿Qué se quiere sistematizar? Es necesario delimitar la experiencia, pues a mayor amplitud es menor la profundidad del análisis. Depende de los objetivos propuestos y del problema el decidir la propuesta metodológica y las prácticas operativas de la sistematización. Finalmente vienen los resultados, lo que se espera alcanzar con ella en productos y en optimización de procesos.

8.2 RECUPERACIÓN DEL PROCESO.

Para realizar la recuperación del proceso del Festival universitario de cine CINESPACIO en lo concerniente a las prácticas de gestión, financiación, comunicación y de la estructura, se procederá de la siguiente manera: la reconstrucción metódica de la experiencia consiste en la recuperación y documentación de forma ordenada por períodos, fases o momentos que guardan una relación cronológica del conjunto de actividades, acontecimientos o hitos que forman parte del estudio a sistematizar, así como, los contextos en los cuales éstos se desarrollaron y los actores claves que participaron en la experiencia desde sus diferentes roles; todo esto durante el período de tiempo establecido en la delimitación de la misma, la cual se encuentra definida en el proyecto de sistematización. Para la descripción se deberá tener en cuenta las siguientes variables: dónde, cuándo, por qué, quienes, y qué resultados se obtuvieron, considerando todos los puntos de vista de los distintos participantes en el proceso, es en esencia, una mirada ordenada de lo que fueron las prácticas de estos tres aspectos, mirando los inicios, las transformaciones y los productos finales. Por lo tanto, los instrumento para hacerlo serán:

8.3 La crónica de flujo del proceso:

Construcción cronológica del proceso del festival CINESPACIO, desde su comienzo hasta la consolidación de la segunda versión en el año 2014, con el fin de obtener una vista general de los hechos, que permitan construir una guía y un resumen narrativo de lo que fue el evento.

8.4 El archivo:

Es un mecanismo que permite complementar el proceso por cuanto hace parte del mismo, todo el material de prensa, la publicidad, la imagen del festival. Los registros pueden ser también actas

de reuniones, diarios o cuadernos de campo, borradores de documentos, planificaciones, memorias de seminarios, fotografías, grabaciones, videos, gráficos, mapas, dibujos.

8.5 El relato.

Aunque similar a la crónica en esencia, el relato parte de “...experiencias y anécdotas, interacciones, actuaciones, sensaciones”. “El relato es muy importante, en cuanto muestra los nudos que dan unidad al proceso que se está trabajando y permite a los participantes tener una visión global del camino recorrido y la manera como se ha ido organizando y los resultados que se van dando” “ El relato se usa para reconstruir proceso, para recuperar los procesos subjetivos de las personas y las percepciones frente a las actividades para recuperar las dinámicas que atraviesan transversalmente el proyecto específico que se sistematiza” (Raúl, 2008)

Tal como entendemos la sistematización de experiencias, su punto de partida y fuente principal son los testimonios y relatos producidos por sus protagonistas, dado que ellos nos proporcionan las perspectivas de actor que dan cuerpo a la reconstrucción narrativa de la experiencia. Dichos relatos son actualizaciones de memoria: representaciones de la experiencia vivida, mediadas por las propias contingencias y subjetividad de los participantes. (Cendales González & Torres Carrillo, 2016)

8.6 La entrevista abierta.

Va dirigida a un individuo o grupo de personas que sólo tiene como nociones previas el objetivo que persigue con el encuentro y unas directrices muy generales sobre su desarrollo. Solamente las primeras preguntas pueden estar formuladas, se debe dejar fluir la entrevista para lo cual Mejía recomienda el uso de un cuaderno de notas o grabadora y así tener registro de la misma. Tiene

como ventaja la posibilidad de que aparezcan reacciones o temas totalmente imprevistos y como inconveniente la probabilidad de que se queden sin tratar aspectos esenciales.

8.7 Análisis del proceso.

El análisis e interpretación crítica de la experiencia es el momento del proceso de sistematización, a través del cual pretendemos abordar la experiencia desde una perspectiva problematizadora. Es aquí donde ensayaremos, discutiremos y argumentaremos reflexiones críticas con base en las preguntas problematizadoras centrales que se desprenden de los ejes centrales de sistematización y las cuales fueron definidas en el proyecto de sistematización, así como, a todas aquellas preguntas que se irán planteando durante el proceso de interpretación crítica. (Capó, 2010)

8.8 Interpretación del proceso.

Esta fase permite comprender la dialéctica propia del proceso de realización del festival y facilita obtener un aprendizaje tangible de la experiencia, mediante una reconstrucción del proceso, dando respuesta a cómo se llevaron a cabo aspectos como el financiero, el comunicativo y de la estructura organizacional del Festival. La sistematización termina cuando llegamos a entender la lógica interna del proceso y obtenemos una comprensión del funcionamiento del evento. De esta manera, las conclusiones de la sistematización deben expresarse como aprendizajes y en recomendaciones para nuevas intervenciones.

9. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.

9.1 RECURSOS HUMANOS

El recurso humano para la ejecución de esta tesis será el mismo que hace parte del equipo de producción del Festival Universitario de Cine CINESPACIO, el cual incluye a los estudiantes, docentes, entidades y personas particulares que de una u otra manera se articularon al proyecto y permitieron su realización. El proyecto además contará con la participación de los participantes del festival quienes indirectamente aportarán al proceso de enriquecer la propuesta y encaminarla hacia lo que se pretende sea el modelo más adecuado para la implementación en el futuro.

La labor de sistematización estará a cargo del estudiante Freddy Ladino del programa de comunicación social de la Universidad del Valle, para la recopilación de la información se recurrirá a quienes han hecho parte del equipo de producción del festival para construir con ellos relatos, que permitan entender mejor, cómo se ha logrado edificar el Festival, qué fallas se han presentado y buscar encontrar un norte común para encaminar la investigación para establecer un proceso más efectivo.

10. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.

Esta recuperación de la experiencia se hizo de tal manera que la perspectiva fuera objetiva y subjetiva. Por un lado, se buscó que quienes hicieron parte del festival participaran activamente de la construcción de los relatos, por otra parte, el uso de los archivos de prensa y las comunicaciones emitidas desde el festival amplía el espectro de partición donde la voz es externa a la organización. El primer relato está construido en tercera persona, con un panorama más crítico y enfocado a

componer un análisis general, el segundo de ellos cuenta las vivencias e incidencias al interior del proyecto.

El archivo hace parte de la recuperación de información minuciosa sobre todo lo relacionado con el evento. La crónica de flujo es un relato estructurado cronológicamente para sacar a relucir los acontecimientos más relevantes, cumple la función de ser un esqueleto de lo sucedido en CINESPACIO.

“Enseñar no existe sin aprender y viceversa y fue así, aprendiendo socialmente, como en el transcurso de los tiempos mujeres y hombres percibieron que era posible -después, preciso- trabajar maneras, caminos, métodos de enseñar. Aprender precedió a enseñar.” Paulo Freire

10.1 CRÓNICA DE FLUJO.

El proyecto inició en el marco de la electiva profesional III de la carrera de comunicación social de la Universidad del Valle dictado por Diana Kuellar, quien buscaba instruir a los estudiantes en la producción de proyectos audiovisuales. En ese momento, la docente presentó las opciones de trabajo que se realizarían durante el semestre, la primera de ellas consistía en elaborar un teaser de uno de los proyectos audiovisuales que semestres anteriores habían presentado para la materia de Guion, la segunda, era la realización de un festival de cine en la universidad. La mayoría del grupo optó por desarrollar los teaser.

Sin embargo, el estudiante Freddy Ladino decidió trabajar a partir de la idea de realizar un festival de cine. En esta etapa, la gestión se centró en conseguir la asignación de un lugar adecuado para el lanzamiento del festival; garantizar el acompañamiento por parte del programa académico y obtener los recursos para el primer evento, la página web y la publicidad. El paso siguiente fue la conformación del equipo de trabajo y del mismo modo la creación del primer evento masivo que pondría a prueba su capacidad en temas de gestión, producción y convocatoria de eventos para un público masivo.

El primer equipo estuvo conformado por Freddy Ladino y María Alejandra Vahos como producción ejecutiva, Luisa Ospina en producción de campo y logística, Luisa González y Camilo Montaña en cabeza del equipo de curaduría, David Moreno y Walter Crespo en la coordinación del área académica y Luis Miguel Cañas en medios y publicidad, este último debió salir del equipo por cuestiones personales y quien quedaría a cargo del departamento sería Manuel Sendoya. El desarrollo de las estrategias comunicativas, la gestión financiera y la estructura temática no se hizo por bloques alternos sino en un trabajo paralelo. El primer evento se llevó a cabo en el teatrino del museo de arte moderno La Tertulia de la ciudad de Cali, ahí se realizó un conversatorio del que

hicieron parte Oscar Ruiz Navia, William Vega, Mónica Mondragón, Santiago Lozano y Ángela Osorio, convidados a hablar sobre el cine en Cali y la influencia de la Universidad del Valle en ese proceso. El orden orgánico del evento fue desarrollar un tema central, mediante una serie de subtemas (contexto político, mediático, etc.) explicados a partir de las ponencias de los invitados. Las estrategias de divulgación se centraron en la distribución de papelería al interior de la Universidad y en otras facultades de comunicación social, cine y televisión a lo largo del país, donde se enviaron afiches promocionales del festival, también se utilizaron plataformas online tales como moviebeta que permitieron divulgar el festival a nivel mundial y recibir trabajos de distintos países. La gestión fue ardua y los resultados bastante significativos, se logró el apoyo de entidades de la talla del Cluster Cinematográfico del Cali, el proyecto de Industrias Culturales, el Centro Cultural de Cali, entidad que patrocinó el primer invitado internacional - José Luis Martín, mexicano, video artista - Diario ADN, distribuidores de la programación y abrieron espacio para publicidad en sus versiones impresa y virtual, la Cinemateca de la Universidad del Valle quien coordinó algunas actividades académicas y gestionó espacios de proyección dentro de la universidad, alianza Colombo Francesa patrocinadores de la invitada Pascale Mariani - Francesa-, METROCALI que sería quien abriría los espacios de proyección a grandes públicos, la Biblioteca Nuevo Latir, la Universidad del Valle que a través del CENPROD del programa de Comunicación Social y Periodismo y de la oficina de Bienestar universitario, facilitaron el dinero de las impresiones y gestiones de organización de los eventos y finalmente los restaurantes La joroba del camello y el Muelle del Hipopótamo, quienes alimentaron al equipo de logística del festival y los invitados; las estrategias de comunicación se extendieron hasta la prensa escrita, la televisión, la radio e internet.

Desde el 2013 hasta el 2014 el evento mantuvo su estructura general, amplió paulatinamente el número de actividades, invitados, escenarios, fuentes de financiación, re-direccionó su enfoque temático, y sofisticó sus estrategias de gestión y comunicación. Abordó en su orden La Violencia en el Cine y las Ciudades Invisibles; los invitados fueron en aumento: seis en el 2013, nueve en el 2014, entre los que se contaron cineastas, productores, editores, periodistas y profesores universitarios.

CINESPACIO 2013 entonces logró llevarse a cabo por primera vez en la institución y sus logros fueron un precedente bastante notable para el siguiente año; su papel de gestor cultural fue en ascenso y consiguió articularse a procesos internos de la Universidad, en un intento de vincularse directamente al desarrollo real de la cultura estudiantil del alma mater.

Con la experiencia anterior, pero con un equipo totalmente nuevo, se dieron inicio a las actividades del año 2014. A la cabeza del festival se encontraban Manuel Sendoya y Freddy Ladino en calidad de productores, ambos estudiantes asistieron en representación del proyecto al Taller de Festivales de Cine y muestras audiovisuales organizado por Encuentros Cartagena en el marco del Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias (FICCI54), este espacio de formación se obtuvo gracias al interés de Ladino por expandir el festival y perpetuar su labor al interior de la escuela, quien por iniciativa propia envió la solicitud y reseñó el proyecto para la evaluación por parte de PROIMAGENES y el Ministerio de Cultura, donde atravesando un proceso de selección en el que participaron más de 80 festivales a nivel nacional, CINESPACIO fue seleccionado por parte de Patricia Martín, docente de la Escuela de Cine de San Antonio de los Baños, Cuba, especialista en gestión de festivales de cine, Diana Vargas, comunicadora social y Directora artística del Havana Film Festival, festival de cortos latinos en Nueva York y Gabriela Sandoval, productora del Santiago Festival Internacional de Cine SANFIC, quienes destacaron la innovación, el potencial y

la organización de CINESPACIO, dándole la calificación más alta dentro de los proyectos seleccionados.

Del mismo modo, fue en Cartagena donde se ingresó a la ANAFE, Asociación Nacional de Festivales, Muestras y Eventos Cinematográficos y Audiovisuales de Colombia, entidad que aglutina los festivales de cine a nivel nacional y que cuenta con certificación por parte del Ministerio de Cultura como ente regulador de la gestión cultural en torno al cine a nivel nacional. Con la experiencia adquirida en Cartagena, los aprendizajes y los contactos, se dio inicio al proceso de conformación del equipo de trabajo para el 2014. En ese año, las metas del grupo eran consolidarse como gestores culturales dentro de la Universidad del Valle y abrir puertas a la incorporación de la Facultad de Artes Integradas (FAI) al proyecto, puesto que se tenía claro que para que se garantizara la continuidad del festival, debía provocarse una institucionalización del mismo.

Con la misión de celebrar un evento novedoso, CINESPACIO se plantea el eje temático de las Ciudades Invisibles. Contando con el apoyo de la decanatura de la FAI en cabeza de la profesora Maritza López de la Roche, el festival se encaminó a buscar alianzas estratégicas para ampliar su margen de incidencia a nivel local. La idea de la docente, iba de la mano del ideal de institucionalización con el que había nacido el proyecto, ya que entre las prioridades de la decana, estaba el crear una amalgama en las diferentes facultades, con un único fin, el de aumentar la influencia de CINESPACIO en los estudiantes y la ciudadanía, ya que cuatro años antes, la Feria del Libro, evento cultural más notable hasta el momento en la Universidad, abandonó el campus de la ciudadela Meléndez, dejando un vacío enorme en cuanto actividades extracurriculares relacionadas con cultura en la institución.

Como era de esperarse, la conformación del equipo de trabajo trajo consigo diferencias entre sus miembros; se adhirieron personas ajenas a la escuela y otras de semestres inferiores a los del equipo

base, lo que llevó a distintas situaciones a lo largo del desarrollo del Festival. Sin embargo, la pluralidad y el interés por apoyar el evento creció en los estudiantes; principal motivación para seguir, pues la idea no fue nunca centralizar las labores en la misma gente, ya que desde el principio se tenía claro, que estos, en algún momento abandonarían la Universidad.

Se buscaron alianzas estratégicas con el Centro Comercial Unicentro, Premiere Limonar, la Terminal de Transportes y empresas privadas para el patrocinio del evento algunas se concretaron, otras no. Finalmente CINESPACIO terminó sus labores con una gestión exitosa sobre todo en la parte académica. El festival se planteó entonces encaminarse a consolidar una estructura organizacional que no estuviera basada en funciones sino en personas y a institucionalizarse con el fin de no desaparecer.

10.2 RECUPERACIÓN DEL PROCESO.

En esta parte del informe, la misión fue descomponer en sus partes los relatos que reconstruyen la experiencia del Festival desde la mirada de los organizadores, cada uno de los relatos obtenidos se elaboró con base en el archivo (registro en prensa, publicidad impresa e imagen oficial), la crónica de flujo y la memoria de los protagonistas. La descomposición consistió en identificar y describir los elementos comunes, para luego componer un paralelo conceptual que permitió determinar puntos de convergencia y divergencia; posteriormente se estableció un paralelo con las respuestas de las entrevistas hechas a los invitados y asistentes del Festival; esta información, en suma, permitió formular interrogantes sobre la naturaleza interna y externa del proceso, que serán resueltos en la fase siguiente.

10.3 Primer relato.

Un festival para el 383.

En el 383, como es conocido el edificio de la escuela de comunicación social de la Universidad del Valle, diariamente acuden a sus aulas maestros y alumnos en una constante búsqueda de conocimiento; sus paredes cuentan historias de generaciones de comunicadores, realizadores, productores, locutores, fotógrafos que de una u otra manera se han llevado un pedacito de la esencia misma de ella. A través de los años se han materializado sueños y en particular se ha contribuido a la formación de personas con criterio y determinación por impactar una sociedad. Esta ha sido una labor extenuante, sin embargo, los frutos se recogen de la misma manera en que se recogen los mangos de los árboles del campus; cada temporada de cosecha no solo quienes están en la universidad se benefician de ellos, sino todos los habitantes de Cali que por montones buscan hacerse con un rico mango; del mismo modo cada generación de egresados se dispersa en distintas áreas del conocimiento llevando la prolífica cosecha a infinidad de lugares, buscando divulgar y promover el talento forjado en la academia.

¿Cómo comenzó?

Nos encontramos en una coyuntura en la que los productos audiovisuales son una manera a través de la cual los individuos y colectivos logran expresar distintas perspectivas de su entorno social, cultural y político, un momento en el que los medios audiovisuales están al alcance de todos, y casi cualquier individuo que posea un teléfono inteligente, puede realizar un video y hasta una película. En la ciudad de Cali, lugar cargado de un pasado cinematográfico que marcó toda una época, muchos nuevos realizadores se encuentran frecuentemente frente a la imposibilidad de exhibir y difundir sus obras. A pesar de los continuos intentos y de la gran calidad de sus trabajos, se enfrentan a un circuito de exhibición en el que pocos pueden participar.

Autores como William Vega (*La Sirga*, 2012) y Oscar Ruiz Navia (*El vuelco del cangrejo*, 2009) empiezan a sonar en festivales alrededor del mundo, llevando narrativas propias y personajes únicos a las pantallas otrora reservadas para Rosellini, Godard, Kurosawa, poniendo en la mira el trabajo de muchos más realizadores que como ellos, se enfrentaron a dificultades para divulgar sus productos.

Esta ausencia de respaldo y de plataformas para nuevos proyectos y realizadores llevó a plantear la esencia del Festival Cinespacio. Su misión es generar espacios de encuentro y debate, de creación de ideas y de promoción, circulación y exhibición en torno a nuevas miradas sociales, políticas y estéticas de productores tanto locales, nacionales como internacionales.

Hablar del Festival Cinespacio, es en primera instancia en torno al producto de un arduo trabajo audiovisual que ha venido realizando la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle, esta se ha destacado en Latinoamérica por su gran calidad en producción y realización. Ha sido gestora de proyectos como *Rostros y Rastros* que renovó el panorama documental del país durante los 12 años que estuvo al aire en Telepacífico, y formadora de destacados realizadores audiovisuales comprometidos con temas sociales, que le apuestan a renovar el horizonte cinematográfico nacional; es un programa académico con una experiencia de más de treinta años, que surgió de la mano de importantes teóricos como Jesús Martín Barbero y ha tenido importantes profesores ilustres, tales como Germán Colmenares y Estanislao Zuleta. A pesar de no ser un plan de estudios cinematográficos, es uno de los centros de formación cinematográfico más importantes del país, donde trabajan profesores en el área audiovisual de la talla de Oscar Campo, Cesar Salazar, Antonio Dorado, Ramiro Arbeláez y Luis Hernández; muchos de sus egresados han llevado en alto el nombre la Escuela en locales, nacionales e internacionales: en Cannes, por ejemplo, la ópera prima de William Vega (*La Sirga*, 2012) fue seleccionada en la Quincena de Realizadores del

Festival de Cannes y recientemente La tierra y la sombra de César Acevedo recibió la Cámara de Oro que otorga este festival a la mejor ópera prima de la Quincena.

Además de las películas reconocidas internacionalmente, han sido numerosas las producciones realizadas por los estudiantes de la Escuela en el Taller de Audiovisuales. Éstas son en su conjunto un legado de alta calidad para la construcción de la memoria de la región y el país.

El Festival Internacional Universitario de Cine - CINESPACIO - nace con el deseo de generar espacios de difusión a producciones audiovisuales de poco reconocimiento. Obras que pese a sus esfuerzos no calan en los criterios estéticos, técnicos o ideológicos de los grandes medios de comunicación de nuestro país y los cánones cinematográficos tradicionales. CINESPACIO es un lugar de encuentro y promoción. Personajes, eventos, reflexiones... ¿cuántas miradas novedosas, divergentes e importantes del contexto latinoamericano aguardan por ser conocidas? En un tiempo de discursos totalizantes y de estéticas homogeneizadoras, CINESPACIO busca voces audiovisuales que se arriesguen, que no se silencien independientemente de que tengan grandes o bajos presupuestos.

CINESPACIO espera en su convocatoria filmes de nuevos realizadores, de amateurs, de comunidades que toman las cámaras para visibilizar y reflexionar sobre su contexto. Películas que no callan y hablan desde un compromiso social, pero también aquellas que buscan rupturas estéticas: nuevas visiones del cotidiano con formas y estilos divergentes. Arte cinematográfico que resignifica lo evidente, que revela lo escondido, que rompiendo los supuestos consensos de la sociedad, nos reúne en el debate.

Cinespacio no es un evento oficial de la Universidad del Valle, es una iniciativa de estudiantes de la escuela de comunicación social, que se realiza con el apoyo de varios aliados dentro de la universidad, pero también aliados externos a nivel local, regional, nacional e internacional. A nivel

de la propia institución se contó con el apoyo de la Cinemateca de la Facultad de Artes Integradas de la misma universidad, del Cineclub Caligari, diversos docentes y productores y también diferentes colectivos de cine de la ciudad. Trabajando de forma colectiva, le apuesta gradualmente al proyecto que se propone abierto y en constante construcción.

Nacido en la academia, el primer festival surgió durante el primer periodo académico del año 2013, enmarcado en la materia de producción dictada por Diana Kuellar para los estudiantes de sexto semestre de Comunicación Social, ella en su interés de ayudar a difundir y promover los contenidos creados dentro de la Escuela de Comunicación Social y en aras de cimentar el proceso de formación de futuros realizadores y productores, propone a sus estudiantes el enviar un proyecto audiovisual de los estudiantes que han pasado por el curso de guion, que tienen trabajos interesantes que no se alcanzaron a producir en el marco del taller, para que apliquen a la convocatoria de estímulos del Fondo de Desarrollo Cinematográfico. Del mismo modo plantea la opción de realizar una muestra audiovisual retrospectiva para la universidad; se podía optar por cualquiera de las dos iniciativas como proyecto de clase. La mayoría de los estudiantes se inclinaron por el audiovisual, para lo cual contaron con el apoyo de la docente en la construcción y formulación del mismo. Esta iniciativa consistía en tomar un guion elaborado por estudiantes de semestres avanzados y haciendo uso de los conocimientos adquiridos en la asignatura y con la guía de los docentes del área audiovisual, elaborar no solo el proyecto escrito, sino también un teaser de un minuto en el que se presentara un corte significativo; el estudiante Freddy Ladino fue el único que inicialmente asumió la posibilidad de llevar a cabo el festival de cine, él a diferencia de sus compañeros optó por este camino al no sentirse atraído por ningún guion de los que estaban disponibles para realizarse; en cabeza suya y con la guía de Diana Kuellar, Ladino dio inicio a su búsqueda de personal interesado en integrar el equipo de trabajo.

La primera en sumarse al equipo fue Alejandra Vahos, ella y Ladino conformaron entonces el departamento de producción. El primer momento de socialización se dio dos clases después de plantearse el proyecto, tomando la vocería del festival, en aquel tiempo llamado Festival de Cine de la Universidad del Valle, Vahos y Ladino convocaron entre sus compañeros a todos aquellos que estuvieran interesados en pertenecer al festival. La primera reunión se llevó a cabo el 28 de febrero del 2013 en el salón estudiantil del edificio 383, el de Comunicación Social.

Allí se dieron cita varias personas interesadas en conformar los diferentes equipos del festival, la mayoría pertenecientes a sexto semestre, unos cuantos de semestres más avanzados y Luisa González de la Cinemateca de la Universidad del Valle. Contar con el apoyo de Luisa fue fundamental para la estructura temática y conceptual del festival, pues dada su experiencia con el cineclub de la cinemateca, todos sus conocimientos aportan al fortalecimiento del evento. Entre los estudiantes que se vincularon, figuraban nombres como Camilo Montaña, quien asumiría el rol de coordinador de la curaduría junto a Luisa González, David Moreno quien se encargaría del contenido académico y formativo, Luis Cañas quien haría las veces en el área de prensa, Luisa Ospina en la logística, Grace Polanía en las relaciones públicas y David Páramo en diseño, otro aporte valioso de este primer encuentro fue el de nombrar al festival. Después de un arduo debate, se llegó a un consenso gracias a la propuesta presentada por David Páramo de que se lo nombrara CINESPACIO; en esta misma reunión se determinó acudir a Alejandro Prieto, diseñador gráfico, quien fuera el que diseñara la imagen de la primera edición del festival y el logotipo que es el mismo que actualmente se utiliza. También en consenso se decidió comprar un domino y un hosting para crear la página web del festival; del diseño y montaje se encargó Prieto.

Una nueva esperanza.

Con el grupo constituido y con un primer manifiesto redactado por David Moreno y Luisa Gonzales, CINESPACIO se encaminó en buscar patrocinadores y en abrirse campo en el circuito audiovisual de Cali. Las primeras gestiones consistieron en darse a conocer, presentar el proyecto fue de vital importancia, para lo cual se contó con un dossier, que se diseñó y elaboró en el taller de impresión de Merlín, una imprenta perteneciente a la familia de David Moreno. Este dossier fue la carta de presentación que Freddy y Alejandra utilizaron para hablar con entidades y personas que podían llegar a ser aportes valiosos al festival.

La primera puerta que tocaron, fue la de la escuela misma. El 4 de marzo de 2013 ambos estudiantes tomaron la vocería del festival y frente al claustro de profesores de la Escuela, socializaron el proyecto. En esta reunión los docentes del área audiovisual Oscar Campo, Ramiro Arbeláez, Luis Hernández y Antonio Dorado fueron quienes inicialmente dieron el visto bueno al proyecto, con la salvedad de que Diana Kuellar fuera quien hiciera el acompañamiento del proceso. Del mismo modo el docente y entonces director del programa de comunicación social de la Universidad del Valle, José Hleap Borrero aplaudió la iniciativa al considerarla de gran importancia para la escuela.

Con el aval otorgado, el siguiente paso consistió en visitar entidades que pudieran servir de apoyo en la realización del evento. Para estos acercamientos se contó con la mediación de Diana Kuellar quien sugirió a los estudiantes buscar la ayuda de Ángela Osorio y Paola Vacca, egresadas de la Escuela y quienes se encontraban en posiciones importantes en dos entidades culturales de gran relevancia en la ciudad, la primera era la encargada de la coordinación del área de educación del Museo de Arte Moderno La Tertulia, la segunda encabezaba el Clúster cinematográfico y de contenidos digitales, entidad que estaba adscrita a la Cámara de Comercio de Cali y al proyecto de Industrias Culturales de Cali del Banco Iberoamericano de Desarrollo.

El 15 de marzo de 2013 fue el primer encuentro con la gente del Museo la Tertulia, en dicha reunión Diana Kuellar hizo una introducción del proyecto y conectó a los estudiantes Freddy Ladino y Alejandra Vahos con Ángela Osorio, en la socialización se llegaron a varios acuerdos con relación a la inauguración, la difusión del evento, la convocatoria y proyecciones. Por un lado, el Museo la Tertulia puso a disposición del festival, la Cinemateca, lugar insignia del cineclubismo en la ciudad de Cali; en este espacio se dispuso llevar a cabo el lanzamiento del Festival. Igualmente se planteó que por medio de las redes sociales del Museo se divulgaría la información relacionada con la convocatoria, pues a estas alturas del proyecto, el festival no contaba con infraestructura para esta misión. Del mismo modo se concretó que además la cinemateca sería uno de los sitios destinados a la proyección de cortometrajes, específicamente los de nuevos creadores universitarios.

El 10 de abril en la oficina de Paola Vacca se consolidó otra alianza significativa, en ella el Clúster Cinematográfico de Cali y el proyecto de Industrias culturales de Cali, vincularon a CINESPACIO a la red de festivales que se conformaba en ese momento en la región. La vinculación con este proyecto significó un paso trascendental para la consolidación del festival de manera local, pues festivales como el Cinetoro Festival de Cine Experimental e Intravenosa, el festival de cine de la Universidad Autónoma, vieron con buenos ojos la iniciativa de los estudiantes de la Univalle y ofrecieron su apoyo en materia de producción y logística; de esta coalición surgió un vínculo con Andrés Úsuga y Sebastián Duque cabezas de esos festivales, quienes más adelante serían las personas cuya voz impulsaría la articulación de CINESPACIO a la ANAFE.

En cuestión de un mes se logró concretar lo que sería el lanzamiento del festival. Animados por la gran aceptación del proyecto, los estudiantes se enfocaron en sacar adelante lo que sería el primer

gran evento del festival. Con el apoyo de la Cinemateca de la Universidad del Valle se coordinó el panel con el cual se lanzaría la convocatoria del Festival, en el estarían presentes: William Vega, Oscar Ruiz Navia "Papeto", Diana Montenegro, Lucía Diegó, Mónica Mondragón, Santiago Lozano y Ángela Osorio todos ellos egresados de la Escuela de Comunicación Social cuyos trabajos se habían destacado en el ámbito audiovisual nacional e internacional.

Una fiesta para el cine.

El lanzamiento se llevó a cabo el martes 30 de abril del 2013 a las 7:00 de la noche, en él se exhibió un reel de los trabajos más representativos de la Escuela de Comunicación Social y se mostró una selección retrospectiva de la escuela, también se presentó un grupo de ensamble de Jazz de la Escuela de Música y en compañía de un artista plástico inauguraron el evento. El panel fue moderado por Luisa González y las intervenciones fueron bastante polémicas, pues el público participó activamente del mismo. En materia de prensa, el evento estuvo cubierto por distintos medios de comunicación entre los que se destacan el programa juvenil Sin Cover del canal 14, el noticiero +Pacífico del canal regional Telepacífico y medios impresos como la revista El Clavo y el periódico La Palabra de la Universidad del Valle; la asistencia fue significativa, llegando a tener lleno total en el auditorio de casi 300 personas.

Después de la inauguración hubo un hecho que complicó la posibilidad de que el festival se realizara; la docente y principal gestora del festival, Diana Kuellar, debió marcharse a Río de Janeiro en Brasil para dar comienzo a su doctorado, lo que significó una enorme pérdida para el equipo. Por un lado con su ayuda se podía facilitar la consecución de recursos y alianzas, por otro porque si algo se dejó claro para el aval de la Escuela, fue que ella estuviera a la cabeza sirviendo de tutora. De esta manera los ánimos se vinieron al piso, pues ningún profesor del área audiovisual estaba dispuesto a asumir ese rol, sin embargo, fue gracias a la persistencia de Alejandra Vahos

que finalmente Oscar Campo, profesor de la asignatura de Guion y miembro activo del Festival de Cine de Cali, dio un espaldarazo a los estudiantes y les ofreció su apoyo, el cual fue de gran importancia para alianzas futuras con el FICCALI, el Centro Cultural de Cali, así como con el Diplomado de Creación.

La siguiente misión en la que se embarcaron fue en aras de serle fiel a la filosofía del festival, encontrar lugares alternativos de proyección. De esta manera Alejandra realizó una alianza con la Biblioteca Nuevo Latir, en la que se proyectaría parte de la selección oficial, dirigida a los colegios de la zona y se dictaría un taller de producción para las personas de este sector de la ciudad; por otro lado fue labor de Ladino concretar el convenio con la empresa METROCALI, encargada del sistema integrado de transporte masivo MIO. Esta alianza contemplaba la proyección de parte de la selección oficial en la estación de Unidad Deportiva, una de las más grandes y concurridas.

En su primera versión Cinespacio se tomó con sus proyecciones auditorios de la ciudad de Cali como la Cinemateca del Museo La Tertulia, la fundación para la práctica artística contemporánea Lugar a Dudas, la Biblioteca departamental del Valle, el Colegio Nuevo Latir en el Distrito de Aguablanca y los diversos auditorios de la Universidad del Valle. También proyectó en lugares públicos como estaciones de transporte masivo (MIO) y en pantallas abordadas de manera itinerante, buscando espectadores desprevenidos en bares, restaurantes, salas de espera, entre otros.

La importancia de esto desde el festival hacia afuera como para sí mismo, radica en la posibilidad de contribuir a la construcción de públicos consumidores no especializados, generar interés en otros modelos de representación, abrir espacios de divulgación a la industria audiovisual nacional y local, construir memoria de la historia del audiovisual en el país.

Una de las actividades que antecedió el festival y que vale la pena resaltar fue la proyección de algunos de los cortos seleccionados en dos peluquerías, la primera de ellas llamada “La pelu” un

laboratorio de peluquería itinerante creado para la diversidad, creatividad, intervención, activación de espacios culturales y no convencionales, ubicada en el barrio San Antonio en el oeste de Cali, este espacio fue una antesala de lo que sería el gran evento. Por iniciativa de Luisa Ospina y contando con el apoyo de “Yami” y Cindy Muñoz, gestoras culturales de dicho espacio, se convocó a quienes asistían a cortarse el cabello a participar de la muestra, esta parte de la actividad fue bastante concurrida pues ese lugar ya tenía cierto público, dado que el espacio se había dedicado a realizar tertulias literarias, talleres de fotografía etc.

Tal evento contó con la producción logística de Luisa Ospina y el apoyo de Sebastián Ruiz y María Fernanda Morales “La Rola”. Del mismo modo se llevó a cabo un evento similar en la peluquería de la señora Betsy Mosquera, madre de Karol Cosme, estudiante de Comunicación Social y voluntaria del festival. En este segundo caso, hay una particularidad interesante, por el contrario de “La Pelu” que era más encaminada a ser un espacio cultural, la peluquería de Betsy Mosquera era un centro de estética del común, es decir, donde las personas van y se realizan un procedimiento estético y su mayor relación con la experiencia del cine, proviene de las revistas rosas, que hablan de los actores de moda o de la sección de farándula del noticiero y quizás del zapping, ese que facilita la dispersión de contenidos no tan bien logrados, pero que logran incluirse en la programación de los distintos canales de televisión; esta actividad fue entonces de gran importancia para lo que sería la conformación de la estructura de promoción y divulgación del festival, pues se comprobó que cualquier tipo de público puede ser cautivado si se está en el lugar correcto y se les habla en un lenguaje adecuado.

Un momento clave que precedió el festival fue la producción del primer comercial. Motivados por realizar prácticas con los equipos de audiovisuales y alentados por el docente Luis Hernández. El equipo asumió la tarea de promocionar el festival a través de un comercial; que contó con el apoyo

del CENPROD quienes facilitaron los equipos, la Alcaldía de Cali que facilitó el rodaje frente a la iglesia La Ermita y la Policía Nacional a cargo de la seguridad. En el rodaje participaron además algunos egresados y estudiantes de semestres superiores entre los que se destacan Ángela Trejos como asistente de dirección, Freddy Sarria como camarógrafo y Mateo Guzmán como director de fotografía. El éxito de esta producción se debió en gran medida a la entereza y el compromiso que todos pusieron en ella, siendo este espacio un beneficio adicional del proyecto; ya que el rodaje del videoclip que antecede al evento, permite sumarle a la experiencia educativa de los estudiantes y contribuye a su formación profesional.

Las actividades del festival, no sólo se limitaron a las proyecciones sino que también contaron con encuentros académicos y espacios de discusión. Para la primera versión se contó con la participación de la periodista francesa Pascale Mariani, quien junto al también periodista francés Romeo Langlois dirigió el documental “Por todo el oro de Colombia” en el año 2012. Ambos aportarán al festival la versión subtitulada de su nuevo documental “Coltan, la piste sud-américaine”

La participación de la primera invitada internacional no habría sido posible sin dos factores: el primero, el favor del docente y entonces decano de la FAI, Hernán Toro, cuyos contactos en la Alianza Colombo Francesa, facilitó la adhesión de esta entidad al festival. El apoyo consistió en pagar los tiquetes de la periodista desde Bogotá hacia Cali y de regreso. Del mismo modo fue primordial el aval de la Universidad del Valle al facilitar el auditorio Carlos Restrepo para que se llevara a cabo el evento.

Asimismo se realizó un taller de producción a cargo de Gerylee Polanco y uno de *live cinema* en manos del mexicano José Luis Martín. Además, en convenio con el Diplomado Internacional en

Documental de Creación se contó con un seminario sobre representaciones del conflicto armado y paz, y sesiones de preguntas y respuestas con los directores. El Festival fue abierto para toda la ciudad.

En estas dos actividades se contó con la asesoría y compromiso del CENPROD, encabezados por el docente Carlos Patiño Millán fueron quienes facilitaron las aulas interactivas del piso informático, lugar donde se llevó a cabo el taller con José Luis Martín, también fue gracias a su gestión que Polanco dictó el de producción, ya que existía un convenio previo para ofrecerlo, del cual tomó ventaja el festival, pues su participación, fortaleció el contenido formativo y académico con que contaría la primera edición.

Uno de los antecedentes de las actividades que desarrolló el festival CINESPACIO, es El Diplomado Internacional en Documental de Creación ‘Mirada de dos mundos’ (desde el 2008) de la Universidad del Valle, el cual se ha consolidado en Latinoamérica como pionero en la docencia de este tema; siempre con la mirada puesta en la evolución que ha experimentado el género en las últimas décadas y haciendo énfasis en las tendencias contemporáneas, ha contribuido a formar y actualizar a una generación de notables realizadores colombianos e iberoamericanos principalmente.

El curso plantea un trabajo intenso sobre este tipo de cine; que es hoy el principal vehículo de expresión de autores que experimentan desde la forma, nuevas construcciones audiovisuales concebidas a partir de lo real; pero que a su vez transforman la realidad, en un diálogo permanente. Su objetivo ha sido acercarse a la diversidad de dispositivos que existen hoy al construir documental, así como sus transformaciones en la cultura digital.

Este diplomado se ha diseñado teniendo claro el valioso legado histórico y artístico que deja el cine documental, de sus posibilidades creativas y del reto y compromiso que significa ‘representar la

realidad'. Por eso siempre se ha contado con la participación de importantes docentes nacionales e internacionales que son referentes en las diferentes facetas y tendencias del documental en el mundo. Ya son más de treinta profesionales, entre realizadores, productores, críticos y teóricos del documental, los que han impartido clases en el Diplomado. Entre ellos, los españoles José Luis Guerín, Iñaki Lacuesta, Ricardo Iscar, Antonio Weinrichter, Marta Andreu y Jordi Ambròs; el holandés Robert Brouwer; de Francia Jaques Dechamps y la documentalista de guerra Nino Kirdatze. Por Brasil, José Carlos Avellar y los argentinos Rodrigo Alonso, Jorge la Ferla y Sergio Wolf. Se ha contado además con la presencia de realizadores colombianos con formación y proyección internacional como Oscar Campo, Catalina Villar (profesora de la escuela VARAN en Francia), Luis Ospina (Agarrando pueblo, Un tigre de papel), Antonio Dorado (Apaporis, en busca del río y El rey), Mauricio Vélez (produce y realiza para Discovery Channel) y Amanda Rueda (Universidad de Grenoble y Universidad de Toulouse).

Finalmente el festival se aventuró en caminos casi desconocidos para todos los del equipo y gran parte del público, el concepto de Creative Commons en el audiovisual. Gracias a la iniciativa de Luisa González y la Cinemateca, se desarrollaron dos conversatorios en los que el eje central fue los derechos de autor, uno de ellos conocido como “La licenciatón”.

Durante los últimos años, han surgido tratados, acuerdos internacionales y reformas a las leyes de propiedad intelectual alrededor del mundo, que buscan fortalecer las restricciones y penalidades, favoreciendo intereses comerciales de las grandes industrias del entretenimiento y desconociendo otro tipo de dinámicas innovadoras que surgen en Internet, relacionadas con la educación, el conocimiento y la cultura y que se soportan en redes colaborativas.

La discusión que se ha generado en torno a los derechos de autor, ha trascendido al ámbito de los derechos humanos en los entornos digitales, y en ese proceso, se han visibilizado y enriquecido movimientos como el de Cultura Libre, Software Libre, Open Access, etc.

Sin embargo, aún es mucho el alboroto de los creadores de contenidos, interesados en la circulación libre del conocimiento y la cultura; aunque este interés parece entrar en conflicto con el deseo de proteger sus derechos de autor o de poder lograr beneficios económicos con sus obras. *La licenciatón* surge entonces para responder a estas inquietudes, buscando sensibilizar, conocer, discutir y compartir las diferentes alternativas que tienen los autores a la hora de gestionar dichos derechos.

Los colectivos, artistas, realizadores, comunicadores y público en general que asistió al evento, recibió capacitación sobre el uso de las licencias libres, especialmente qué es Creative Commons, cómo licenciar sus obras y utilizar material licenciado, entre otros.

La jornada contó con dos momentos: El taller “Jugar con derecho de autor y no morir en el intento” a cargo de Luisa Guzmán y María Juliana Soto de la Fundación Karisma y Creative Commons Colombia y la maratón de licenciamiento con el apoyo del colectivo Radio Relajo.

Del mismo modo se llevó a cabo un evento denominado “Alapar” el cual consistió en propiciar un ambiente de convergencia itinerante en torno a la industria audiovisual de la ciudad, con el cual se buscó compartir experiencias y conocimiento entre la comunidad caleña de realizadores, productores, artistas, técnicos, entre otros.

Esta actividad se planteó como objetivo, fortalecer el sector audiovisual de la región a partir del intercambio, la formación de redes y el reconocimiento de los integrantes de la comunidad. Fue un evento gratuito que contó con la participación de José Felipe Varón, realizador caleño que entre sus trabajos más representativos cuenta con el detrás de cámaras de la película Chocó de Jhonny

Hendrix, así mismo, hizo parte de tal conferencia el Director Creativo del Festival Intravenosa Felipe Martínez.

CINESPACIO en el año 2013 se destacó por su crecimiento y aceptación dentro del público académico y los consumidores de audiovisuales a nivel local, nacional e internacional. Su convocatoria recibió películas de 23 países hasta llegar a un número de 271 productos, de los cuales se llevaron 51 a proyección en las categorías de Ficción, Documental, Experimental y Animación. De esta manera, el proyecto se consolidó como un evento obligado a integrar al circuito nacional de festivales de cine, por lo cual fue seleccionado para el Taller de Festivales de Cine, en Encuentros Cartagena del FICCI 54 en donde además se adhiere a la ANAFE, Asociación Nacional de Festivales de Cine que coordina, encabezada por el FICCI, los festivales de cine a nivel nacional y busca promover la integración de los mismos.

Así mismo al ser un proyecto sólido, innovador y con amplia proyección, CINESPACIO se integra dentro del Cluster Cinematográfico de Cali, liderado por el proyecto de Industrias Culturales, lugar donde convergen los productores, realizadores y gestores del ámbito audiovisual.

A lo largo de los 4 días en los cuales se llevó a cabo el festival, CINESPACIO se aventuró a discutir sobre la violencia en el cine de ficción y las representaciones sociales que se manifiestan en este, a ser un espacio para la divulgación de nuevas técnicas cinematográficas desconocidas para el público no cinéfilo, como lo es el cine expandido.

Así mismo se abrió un espacio a nuevos realizadores para darles a conocer los beneficios de las licencias de CC Creative Commons a la hora de divulgar y distribuir sus productos. Con actividades de inmersión en el público se buscó involucrar al transeúnte y al curioso en el consumo del audiovisual. Bibliotecas públicas, Universidades, Museos, Centros Culturales, Espacios Públicos y las estaciones del Sistema de Transporte Masivo MIO, fueron las ventanas donde se hizo

presencia llegando a un total de 1500 espectadores fijos, así como muchos otros no cuantificables por su intermitencia o calidad de consumidor pasivo, que fueron sorprendidos en No – lugares.

* * *

No todas las segundas partes son malas.

“Quizás una ciudad sea una cosa viva”, piensa Neil Gaiman, “una colección de vidas y edificios” y cada una con su propia personalidad. Es posible que así lo sea: una entidad orgánica, mestiza y compleja. Complejo, del latín *Complexus*: aquello que está entrelazado. En su segunda versión CINESPACIO, se preguntó por el intrincado y cambiante mundo de lo urbano: los impensables seres, espacios, historias y puntos de vista que nos revelan la complejidad de la ciudad. Las invisibles ciudades que componen las ciudades. Tras el parpadeo de una cortina que se cierra, siguiendo los pasos de un niño en la calle, entre esquinas y las copas de un bar... tal vez hay una pequeña síntesis de la engorrosa personalidad de cada urbe en sus partes más minúsculas. Como el ADN inscrito en cada célula del cuerpo.

En la segunda versión de CINESPACIO, se optó por descentralizar el festival. Lo anterior con el propósito de vincular en este proceso a otros recintos de conocimiento que ofrecen el programa de Comunicación Social. Si bien las conferencias sólo tuvieron lugar en espacios dentro de la Universidad del Valle, esto para facilitar la asistencia masiva del público, contaron con la participación de un amplio público de la ciudad.

En cuanto a la conformación del equipo de trabajo, algunos se fueron, otros se quedaron y unos pocos llegaron. Para reforzar el departamento de producción, se sumaron Mercy Insuasti de la Escuela de Comunicación Social, María Fernanda Morales también de comunicación social y David Gutiérrez de la Escuela de Arquitectura de la Universidad del Valle y Diego Trujillo de la Universidad Autónoma de Occidente. En el departamento académico, Oscar Ordoñez releva a

David Moreno quien pasó a coordinar el departamento de curaduría; también al académico se sumaron las estudiantes Wendy López, Aura Lema y Laura Isabel Muñoz, todas de la Escuela de Comunicación. En cabeza del departamento de diseño y publicidad se ubicó a Angélica Rodas y en el de prensa a María Alejandra Álvarez, quien contaría además con el apoyo de Walter Crespo como community manager.

La pre producción del festival contó con diversos momentos cruciales en su desarrollo, por un lado la adhesión de los estudiantes externos a la Escuela de Comunicación Social, generó cierto malestar dentro del equipo del festival. En el departamento de producción, los roces constantes entre Diego Trujillo y otros miembros retrasó procesos y fue determinante para su salida, tan solo un mes después de haber ingresado a ser parte de CINESPACIO. Sin embargo, su labor fue definitiva para la alianza con organizaciones como el Centro Comercial UNICENTRO de la ciudad de Cali, el centro comercial Limonar Premiere y el Hotel Obelisco, de las cuales únicamente se llevaron a feliz término dos de ellas, pues debido a un mal manejo de las relaciones con UNICENTRO, este decidió retirar su apoyo al festival.

Del mismo modo, David Gutiérrez, estudiante y representante estudiantil de la escuela de arquitectura de la Universidad del Valle aportó grandes cosas al festival, en primer lugar, por medio de la adhesión logró contar con el apoyo de la decanatura de la FAI. Igualmente, gracias a su gestión, bienestar universitario facilitó un total de 2'000.000 de pesos en efectivo a la producción del evento y además por intermedio suyo se pudo obtener los equipos necesarios para las proyecciones, los cuales fueron aportados por el sindicato de trabajadores de la Univalle.

Las alianzas y convenios aportaron al buen desarrollo del evento, la divulgación por parte de medios de comunicación local y nacional, así como la ardua labor en redes sociales, logró

posicionar a CINESPACIO en la mirada de fanáticos y curiosos que fueron quienes de la mano de los organizadores, dieron forma a la segunda versión.

El lanzamiento fue una apuesta diferente y encaminada a llevar la experiencia de CINESPACIO a la Universidad, pues si bien se hicieron proyecciones dentro de ella en la versión del 2013, ninguna fue al aire libre o en un lugar distinto a los usuales. Para la inauguración se contó con el apoyo externo de la productora Construteinment encabezada por el artista plástico Camilo Arroyave, quien de manera gratuita se encargó de la producción, la cual consistió en un espectáculo de telas aéreas y con una intervención artística que consistía en un videomapping y un graffiti que fue pintado por los protagonistas de la película Los Hongos de Oscar Ruiz Navia.

Del mismo modo, se proyectaron cortos de la selección oficial y de la Muestra FAI, una idea de la Cinemateca, en la que se recopiló el trabajo de realizadores de la universidad. Esta proyección se hizo en el edificio del Ágora que colinda con la avenida Pasoancho, el motivo de hacerlo ahí fue básicamente la posición estratégica en la que se encuentra pues al estar sobre una calle principal de la ciudad, transeúntes y conductores apreciaban aunque fuera de manera momentánea lo que sucedía en el interior de la universidad.

De las proyecciones más relevantes de esta versión se destacan las de Metrocali y las de Mi Terminal. Los primeros aprobaron ampliar los espacios con relación al año anterior, en esta oportunidad serían tres las estaciones destinadas a la proyección: Unidad Deportiva repitiendo la experiencia del año pasado, Andrés Sanín y Universidades, ambas elegidas por la afluencia de público y el espacio. En la terminal de transportes el proceso fue sencillo, pero productivo, se hizo un primer contacto con la coordinadora de comunicaciones Alejandra Bolívar quien resultó siendo una conocida del productor Freddy Ladino, entre ambos coordinaron la proyección que se llevaría a cabo en la planta baja del edificio.

Los Invitados.

Las conferencias que se llevaron a cabo; siguiendo la línea de la experiencia anterior, brindando variedad de contenidos y ampliando los intereses para de esta manera atraer más público. Por un lado se presentó la conferencia: Quítale el candado a tu película. A cargo de Alejandro Ángel Torres con una duración de 2 horas aproximadamente. Alejandro Ángel Torres fundó en el 2010 la productora audiovisual - Armadillo Media - en donde actualmente ejerce como productor general-, además trabaja en proyectos de medición de audiencias y televidencia crítica en el equipo de coordinación de contenidos de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) y es docente universitario. Desde 2011 creó el "Festival de Cine Creative Commons Barranquilla" que tuvo tres ediciones y el año 2014 organizó la primera versión del "Festival de Cine Creative Commons Bogotá”.

El acercamiento con este invitado se logró consolidar, gracias a la participación en el Taller de Festivales de Cine - Encuentros Cartagena - en el marco del FICCI54. El interés presentado por miembros de otros festivales significó un espaldarazo de apoyo para la continua reestructuración del festival desde distintos ámbitos.

De igual modo se quiso emprender una inmersión en distintos campos del audiovisual, para lo cual se contó con la presentación de "Sonido en el cine - Pentagonía Felina: la experimentación sonora" a cargo de Carlos García quien comentaba: crear sonido es como cocinar. Es una actividad que requiere de la experimentación, de una fuente de inspiración, de dejar el miedo a probar y romper esquemas. Es descubrir, dentro de las posibilidades, aquellos sonidos a partir de los cuales se pueden construir relatos. Sonorizar es, finalmente, “el arte de buscarle la quinta pata al gato”, de dar con ese ingrediente oculto que pueda hacer de nuestro plato algo digno de admirar, de escuchar.

Carlos García es diseñador sonoro y montajista. Ha desarrollado y aportado su creatividad y arte sonoro en numerosas producciones para cine y tv. Cuenta con más de 10 años de experiencia sonorizando en el cine, desde que en su infancia descubriese una pasión por la ciencia ficción, la literatura fantástica y la música. Pasiones que le llevarían a la creación de mundos sonoros para el séptimo arte. Ha trabajado para directores internacionales como Lars Von Trier. Uno de sus más recientes trabajos fue el diseño sonoro de *Nymphomaniac*. Esta participación fue gracias al apoyo del Docente Antonio Dorado - Productor, Director y Guionista- quien permitió realizar el contacto con el señor García. La participación de Carlos fue un momento crucial para el equipo pues no fue sino hasta finales de septiembre que se logró concretar, esto debido a la apretada agenda de García, quien por esos días se encontraba en Colombia realizando la producción de un workshop con Jan Harlan, productor de Stanley Kubrick y Steven Spielberg. Al estar por esos días en Bogotá, García aceptó presentarse en CINESPACIO sin cobrar por ello, solo se cubrieron los pasajes y la alimentación.

Así mismo en alianza con el Festival Internacional de Cine de Cali, la segunda versión del festival contó con la presencia del argentino Jorge Laferla y su ponencia sobre "Imaginarios Metropolitanos, la ciudad imaginada" un panorama sobre el tópico urbano que ha sido central para el cine a lo largo del Siglo XX. Jorge Laferla es investigador de medios audiovisuales y video artista. Es profesor titular de la Universidad de Buenos Aires, licenciado de la Universidad París VIII y master in arts de la Universidad de Pittsburgh, escritor. Uno de sus trabajos más reconocidos es el libro "Cine (y) Digital". Ha hecho curaduría en festivales audiovisuales de Alemania, Brasil, Colombia, Costa Rica, España, Francia, Italia, México, Perú, Paraguay, Portugal, Suiza, Uruguay y Estados Unidos.

El arduo trabajo y la socialización del proyecto con entidades como el Festival de Cine de Cali , permitió que CINESPACIO contara con este ponente, el proceso se inició en Cartagena, donde Diana Vargas egresada de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle y directora del Havana Film Festival en Nueva York ofreció su colaboración para el acercamiento entre CINESPACIO y la Universidad del Cine en Buenos Aires, gracias a esta alianza el estudiante Oscar Ordoñez, encargado de la programación académica, realizó seguimiento al profesor Laferla y en compañía de Sofía Suarez, directora artística del Festival Internacional de Cine de Cali (FICCALI) coordinaron la participación del argentino en ambos festivales.

La labor de producción fue ardua, pues se requería que por parte de CINESPACIO se consiguieran los tiquetes aéreos del ponente, inicialmente se planteó que también cubrieran los honorarios por su participación, sin embargo, Laferla decidió no cobrarle al festival CINESPACIO por presentar su conferencia.

Finalmente a cargo de Carlos Santa, artista plástico bogotano, se lleva a cargo un conversatorio acerca de su trabajo ya que parte de su obra utiliza el cine como soporte de la pintura y el dibujo. Ha realizado varios trabajos en este campo , como El Pasajero de la Noche (1988) y La Selva Oscura. Interesado por conocer el cine nacional y gracias a una convocatoria , realiza la película Fragmentos (1999) que tiene por hilos conductores el tiempo y la belleza. Actualmente realiza una obra de cine, pintura en movimiento, cuyo tema es El Circo. De este modo se pretende articular también al proyecto a los estudiantes del programa de Diseño de la Universidad del Valle, pues CINESPACIO pretendía desde esta edición ser un proyecto de facultad.

En aras de la filosofía del festival, CINESPACIO presenta también el conversatorio acerca de "Ojo Salomé y Petecuy" a cargo del director Óscar Hincapié Mahecha. Petecuy narra la experiencia de un periodista que decide ejecutar un proyecto cinematográfico al llegar a Petecuy, uno de los

barrios más peligrosos de Colombia a documentar el proceso de desmovilización y desarme de los jóvenes pandilleros.

Óscar Hincapié Mahecha es un director colombiano de cine y televisión. Docente universitario, Ganador Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar en el 2004 por mejor crónica en la categoría de Periodismo Joven en Televisión. Despierta el interés de los organizadores los contratiempos y situaciones que conllevan la realización de Petecuy, motivo por el cual se considera pertinente generar un panel de discusión para los nuevos realizadores y el director donde se resuelven dudas y se comenta la experiencia desde los diferentes aspectos de la producción que posibilitan indagar en las problemáticas de difusión y consumo que interesan a CINESPACIO desde su comienzo.

Una gestión eficiente.

El equipo de Curaduría realizó su proceso de convocatoria desde el 23 de mayo al 23 de julio de ese año. Recibió más de 450 trabajos provenientes de 42 países, todos cortometrajes de no más de 30 minutos, entre experimentales, ficciones, documentales y animaciones. Para su muestra oficial, Cinespacio seleccionó 37 piezas afines al tema “Ciudades Invisibles”. Esta muestra la componen 12 documentales, 20 ficciones y 5 experimentales provenientes de Israel y Palestina, Colombia, Italia, Francia, España, Portugal, Alemania, Brasil, Argentina, India, Bélgica, Serbia, Estados Unidos y Grecia. Estas piezas lograron ser difundidas en diferentes actividades a lo largo de la ciudad y el departamento.

El equipo de Curaduría realizó su proceso de convocatoria desde el 23 de mayo al 23 de julio de ese año. Recibió más de 450 trabajos provenientes de 42 países, todos cortometrajes de no más de 30 minutos, entre experimentales, ficciones, documentales y animaciones. Para su muestra oficial, Cinespacio seleccionó 37 piezas afines al tema “Ciudades Invisibles”. Esta muestra la componen

12 documentales, 20 ficciones y 5 experimentales provenientes de Israel y Palestina, Colombia, Italia, Francia, España, Portugal, Alemania, Brasil, Argentina, India, Bélgica, Serbia, Estados Unidos y Grecia. Estas piezas lograron ser difundidas en diferentes actividades a lo largo de la ciudad y el departamento.

Las proyecciones que se llevaron a cabo en la segunda versión fueron resultado de la selección y análisis exhaustivo por parte del equipo con el fin de lograr un mejor posicionamiento dentro del ámbito audiovisual. Gracias al apoyo de METROCALI y MI TERMINAL para realizar proyecciones en espacios públicos de amplia afluencia de espectadores, el festival aumentó el número de personas a las que se llegó en comparación del año anterior. Finalmente después de un vertiginoso desarrollo del evento se vislumbra un futuro exitoso en torno al evento pues los resultados hablan por sí solos y son, además, motivación a futuras alianzas.

10.4 Segundo relato.

Tratar de construir memoria de cada uno de los eventos acontecidos a lo largo del desarrollo del festival, me ha planteado desvelar fantasmas que se ocultan en lo profundo de mi inconsciente, el proceso si bien ha sido arduo, supongo no es infalible y quizás haya en él algunos vacíos que no he logrado llenar, aun contando con el apoyo de los registros y el archivo. Según The Journal of Neuroscience una publicación semanal de la Asociación de Neurociencia de los Estados Unidos, cada vez que evocamos un evento, nuestra mente lo distorsiona, esto sucede porque cuando recordamos, no es la memoria del momento la que llega a nuestra cabeza, sino el recuerdo de la última vez que pensamos en ese suceso, palabras más palabras menos, nuestra mente juega una tipo de teléfono roto en el que cada momento, es más difícil saber a ciencia cierta qué fue lo que realmente sucedió. En este orden de ideas es fundamental para mí y para el festival, elaborar un recuento de los principales hechos que marcaron el desarrollo del evento a lo largo de estos dos

años en los que se enmarca la sistematización. El valor que encuentro en el ejercicio de recuperar el proceso, plantearme preguntas, construir memoria y concluir en torno a ello, está enmarcado en lo útil que puede llegar a ser en pro de dar continuidad de una idea que ha ido tomando forma a lo largo de casi la mitad de mi carrera de comunicación social.

Si mal no recuerdo, el primer momento en el que se planteó la idea de llevar a cabo un festival de cine en la Universidad del Valle fue durante la primera clase de producción a cargo de Diana Kuellar. El pertenecer a dicha asignatura ocurrió por azares del destino, normalmente a lo largo de mi carrera he tenido la suerte de ser de los últimos en matricularme, por lo cual, al no poder elegir grupo, siempre me tocaba asistir al que había cupo, esta vez no fue la excepción y sin querer terminé enfrascado en algo que era ajeno y extraño para mí, la producción.

Hoy en día es muy satisfactorio poder manifestar que sea cual sea la razón, el haber llegado a cursar esa asignatura significó un cambio total para mí en cuestiones profesionales. Después cursado casi cinco semestres de la carrera y haber atravesado por los principales ejes académicos: prensa y radio, había un punto de no retorno, donde ya no podía decir que quería cambiarme de carrera, porque prácticamente hasta ese momento, ninguno de estos posibles campos de la comunicación me llamaban la atención para ejercer como comunicador. Sin embargo, este nuevo horizonte desconocido, que se abría ante mis ojos, parecía ser la opción correcta.

La producción de un festival de cine universitario, se percibía simple, no tan complejo, de la manera en que Diana nos lo había planteado era casi como soplar y hacer botellas. Sin embargo, lo que no tuve claro inicialmente, era que esto se podía convertir en una bola de nieve, una que después de coger fuerza, podría llegar a ser imparable.

Contar con el apoyo de Alejandra Vahos desde que se dio inicio al proceso de pre producción fue maravilloso, ella se destaca por ser un individuo muy estructurado y esquemático para llevar a cabo sus proyectos, lo cual es muy significativo cuando se debe coordinar grupos y actividades.

Anteriormente habíamos trabajado en algunos proyectos académicos y los resultados habían sido más que óptimos, su sentido de responsabilidad la convirtieron en la aliada ideal, yo por otra parte, era mucho menos ordenado a la hora de realizar las labores, pero en contraparte resaltaba la entereza, la capacidad de mediación y la iniciativa al hablar con la gente y vender una idea.

Por sugerencia de Diana Kuellar, se adhirió a Luisa González al equipo, ella como cabeza de la Cinemateca de la Universidad del Valle, contaba con amplia experiencia en gestión para este tipo de actividades, lo que significaba una ganancia significativa para el festival. La primera convocatoria se hizo de manera interna, hablamos con los compañeros que cursaban la asignatura y los convocamos a una reunión donde se plantearía la idea y repartiríamos funciones. Al encuentro asistieron David Moreno, Luisa Ospina, David Páramo, Katherin Ospina, Camila Pérez, Karol Cosme, Grace Polanía, Walter Crespo, Erika Pantoja, Jairo Fernández, Christian Santacruz, Luis Miguel Cañas, Angélica Rodas, Carol Briñez, Anny Gomez, Diana Rivera, Johan Manuel Morales y Johan Camilo Montaña. Los grupos se dividieron teniendo en cuenta las fortalezas de cada uno o más bien a los intereses, pues a esas alturas ninguno podía decirse que era fuerte en nada. Del mismo modo, por su parte, Luisa González, realizó convocatoria de sus compañeros, para que hicieran parte del equipo, entre egresados y estudiantes de últimos semestres se fue terminando de nutrir el festival, quienes se sumarían al equipo serían: Daniela Torres, María Andrea Díaz y Catalina Ballesteros. Al empezar a crear un organigrama del equipo, se repartieron los departamentos y los cargos entre todos los miembros del equipo, en mi caso particular era el “Director Artístico” título que no logramos descifrar en todo su contexto. Esta decisión de nosotros como equipo de nombrar a los encargados como directores de áreas, generó rechazo por parte de los estudiantes que no hacían parte de nuestro semestre, ya que al ser nosotros el equipo base, ninguno de ellos tenía un cargo definido dentro del festival. Esta situación generó molestias entre los grupos puesto que se rumoraba que ellos estaban en fuerte desacuerdo con que fuéramos

nosotros los que lideráramos el proyecto. Sin embargo, después de analizar la situación y determinar que se cambiarían los títulos de directores a coordinadores, los ánimos se calmaron.

Una de las primeras decisiones con relación al festival, fue determinar el logotipo y el nombre. Inicialmente se hicieron propuestas de logo que no llenaban las expectativas del equipo, a todos nos parecía que debía estar mejor desarrollado y que lo que nosotros proponíamos no estaba al nivel de lo que significaba ser un festival cuya alma mater fuera la Universidad del Valle. Por esta razón acudimos a Diana Kuellar que sugirió hablar con Alejandro Prieto, estudiante de diseño gráfico y web master, quien estaría a cargo de diseñar todo el concepto visual y también subiría la página a la red.

Uno de los principales obstáculos para llegar a un acuerdo con Prieto, era el factor económico. Como no contábamos con fondos para pagarle, él estaba reacio a trabajar con el equipo, sin embargo, luego de varias reuniones terminó accediendo. Del mismo modo surgieron necesidades económicas de primer orden para el festival, una de ellas era la de comprar el hosting y el dominio, para esto se contó con el apoyo de Diana Kuellar, quien facilitó su tarjeta de crédito para realizar la compra, lo que le sumaba mayor presión al equipo pues se estaban haciendo gastos que aún no tenían como suplirse.

Luego entonces nos propusimos como objetivo, cautivar a la escuela con el proyecto y que de ahí pudiera salir algún apoyo económico. Para lograr influenciar al CENPROD y a los docentes, acordamos que David Moreno diseñara un dossier informativo (ver anexo 4), que sirviera de herramienta para que pudiéramos presentar el proyecto. Como no teníamos plata para pagar las impresiones y el diseño, moreno nos propuso que llegáramos a un acuerdo con su papá, quien es dueño de una imprenta que se llama Merlín. Don Alfonso Moreno el papá de David, fue nuestro primer aliado, el compromiso que adquirimos fue básicamente que todo lo impreso que necesitáramos, las haríamos con ellos.

Ya con el dossier en mano, nos propusimos a presentar el proyecto ante el claustro de profesores. Recuerdo que esa reunión fue un lunes en la mañana, normalmente los lunes no teníamos clase en las mañanas debido, en gran medida, a que la mayoría de los docentes de la Escuela se reunían a debatir sobre las problemáticas y cosas relevantes que sucedían en el programa. Por solicitud de Diana Kuellar, se nos concedió un espacio de 15 minutos para exponer lo que pretendíamos lograr con CINESPACIO y por qué requerimos del aval y apoyo de la Escuela. La charla fue clara y precisa, Alejandra abordó los ejes temáticos del festival e introdujo a grosso modo las actividades, por otra parte, mi misión fue argumentar las necesidades que teníamos, el aporte que el evento podía dar a la Escuela y las posibilidades que para los estudiantes podían existir al pertenecer al equipo. La intervención fue exitosa y ya con el aval de la Escuela, emprendimos la labor de solicitar apoyos externos para la producción.

Nuestra primera reunión de producción fue con Ángela Osorio, egresada de la Escuela y coordinadora del área educativa del Museo La Tertulia, si bien contamos con el acompañamiento de Diana Kuellar, quien fue la encargada del contacto, la labor de vender el proyecto a esta entidad, recayó en manos de Alejandra y yo. Del mismo modo logramos impactar a la gente del Museo, ellos se entusiasmaron mucho con la idea y nos ofrecieron sus instalaciones y su acompañamiento en esta aventura. El siguiente blanco estratégico fue el Clúster cinematográfico de Cali. Sin ser muy conscientes de lo que hacían o por qué lo hacían, nos embarcamos en la labor de ingresar a esta asociación. Presentarle el proyecto a Paola Vacca, no fue tan difícil como creíamos, su aceptación e interés fue inmediato. En primer lugar aplaudió la concepción y diseño del dossier, hecho que nos alegró enormemente pues validaba de cierta manera la labor que veníamos haciendo. También nos sugirió algunas entidades en las cuales tocar puertas y sus referencias nos permitieron acercarnos a METROCALI y a Proartes. El principal aporte de esta alianza fue la vinculación en

el naciente circuito de festivales de la región. Gracias a esto, logramos además de darnos a conocer entre nuestros pares, generar una sinergia estratégica con Industrias Culturales de Cali.

¿Qué aprendimos de estos encuentros? Recuerdo que en una charla con Alejandra, regresando de la Cámara de Comercio, llegamos a la conclusión de que algo muy significativo que podríamos rescatar de estos primeros acercamientos a los patrocinadores, era que definitivamente univalluno ayuda a univalluno, contar con el apoyo de egresados en posiciones estratégicas fue de gran aporte para impulsar el festival. ¿Por qué? pues porque cada vez, íbamos llegando fácilmente a los patrocinadores, el nombre del Museo y la Cámara de Comercio nos dieron ese impulso que necesitábamos.

A todos nos preocupaba mucho el futuro del festival, diana nos había comentado que lo más probable era que viajara a Brasil y era incierto lo que nos deparaba a todo el equipo. Por un lado veíamos muy complejo el llevar a cabo el proyecto solo y por otro, sentíamos que sin ella el apoyo de la Universidad iba a desaparecer. Como el festival hacía parte de la asignatura, era primordial que al menos el primer evento se realizará durante el periodo lectivo de febrero a junio de 2013.

Para tal evento contamos con el apoyo del Museo La Tertulia, su labor era proporcionarnos el espacio para realizar el lanzamiento, inicialmente se pensó en el teatrino, pero por recomendaciones de los profesores de la Escuela, decidimos que lo mejor sería realizarla dentro de la Cinemateca. Este primer evento fue una odisea total, entre amores y odios logramos realizarlo y fue bastante satisfactorio. Un incidente notable con relación al lanzamiento estuvo ligado al departamento de prensa. Debido a que no teníamos muy definido los roles con relación a algunas funciones como la de relación con los medios, en una oportunidad fuimos invitados al programa juvenil de Telepacífico “Login”, sin embargo debido a diversas situaciones, para Alejandra y para mí, fue imposible llegar a concretar la cita, al final del día, terminamos mojados, peinados y alborotados frente al canal.

Habiendo superado el incidente y enfocados a la ejecución del evento de lanzamiento, nuestras energías estaban dirigidas a definir lo que sería el elemento académico de la muestra y el componente cultural. Para el primero se había ideado una mesa de discusión en la que intervinieron distintos realizadores audiovisuales de la ciudad, que nos contaron de su trabajo y los logros y dificultades que cada uno debió. Se estructuró de tal manera que los participantes estuvieran en puntos diferentes de su vida profesional. Por un lado teníamos como panelistas a William Vega y Oscar Ruiz Navia, ambos habían logrado llegar con sus óperas primas: *El Vuelco del Cangrejo* y *La Sirga* a la Semana de la Crítica en Cannes, también estaban Santiago Lozano y Ángela Osorio, quienes recientemente habían sido acreedores de un estímulo del Fondo de Desarrollo Cinematográfico para la realización de su película “Siembra”, también fueron invitados Mónica Mondragón, Diana Montenegro y Lucía Diegó. Si bien teníamos claro que estaba bien estructurado el panel, sabíamos que ese no podía ser el único atractivo de la presentación, debíamos encontrar un plus, algo que potencializara el evento y que capturara el interés del público, para esto Luisa Ospina dio una solución magistral. Con el apoyo de la Escuela de Música y de la licenciatura en Artes Plásticas de la Universidad del Valle, se concretó una intervención artística que estaría a cargo de un grupo ensamble de Jazz, que estaba conformado por estudiantes de música; mientras ellos interpretaban, un estudiante de artes plásticas estaría ilustrando lo que le transmitía dicha interpretación.

Decididos a realizar un lanzamiento por todo lo alto, diseñamos una estrategia que incluía tener personal de relaciones públicas, un pequeño coctel y por supuesto, cubrimiento de prensa. Teníamos claro que contábamos con el apoyo de la Escuela, el CENPROD nos dio 500.000 pesos que se invirtieron en pagarles a los músicos y al artista, aún hacía falta alimentar a un equipo de 30 personas que era con el que pensábamos contar para el lanzamiento, esta misión la asumí yo. Como tenía una relación cercana con Leonardo y Andrés Salazar, ambos dueños de *Pizza al Paso*, Dukes

Bar y La Joroba del Camello, y conocía el interés de ellos por apoyar la gestión cultural, se les propuso que sus restaurantes alimentaran al equipo tanto en el lanzamiento, como en el festival. El acuerdo fue que se proyectarían cortos en Dukes y La Joroba, que aparecerían en nuestra publicidad y en contraprestación nos daría pizza y gaseosas. Puede que en este momento esa alianza no fuera tan grande, pero en la situación en que estaba el festival, no podíamos darnos el lujo de comprar comida para tanta gente, especialmente porque no había dinero.

El día del lanzamiento estuvimos desde temprano en Clown's del Peñón, habíamos pensado en dar un coctel para los invitados, pero la universidad no patrocinaba licor. Decididos a sacar adelante el evento Luisa Ospina sugirió que entre todos compráramos el trago, lo que finalmente terminó sucediendo. Se compraron tres botellas de Vodka, dos bolsas de limones y con hierbabuena se preparó un coctel improvisado en las escaleras del teatrino mientras en el interior se llevaba a cabo el conversatorio de los directores.

El lanzamiento fue un éxito, hubo una gran aceptación por el público y el debate propició la participación de los asistentes y los panelistas. Luisa González fue la moderadora y logró encaminar la conversación hasta generar un diálogo constructivo.

Después del lanzamiento logramos consolidar el proyecto ante la ciudad. Nos dispusimos a conseguir posibles espacios para proyectar nuestros cortometrajes. El primer lugar en que buscamos aliados fue en Proartes, sin embargo, fue muy difícil llegar a un acuerdo por diferencias con los requerimientos que ellos nos solicitaron y que no estábamos en capacidad de responder.

En aras de buscar alianzas nos decidimos por mirar alto. La idea de sacar las proyecciones de los lugares seculares de proyección se fortaleció con el lanzamiento. Nos encaminamos a buscar posibles entidades que les interesara apoyar nuestro proyecto. El principal aliado que encontramos fue METROCALI, lograr contactar a esta empresa fue un impulso al desarrollo del proyecto. Paola Vacca nos contactó con Andrés Platt, el director de mercadeo de METROCALI, era la primera vez

que me tocaba hablar con un posible patrocinador sin el apoyo de Diana o de Alejandra, sin embargo, el primer contacto fue fructífero, Andrés demostró interés en el proyecto desde el comienzo y su única inquietud era si aportaba o no en algo al crecimiento de su entidad. Para esto yo estaba preparado, con anterioridad había hecho una investigación exhaustiva de la cantidad de personas que utilizaban el sistema de transporte masivo, de los horarios más concurridos y del impacto en sus usuarios, lo que generó confianza y seguridad para aprobar nuestra iniciativa, además claro de que el nombre de la Universidad del Valle nos respaldaba.

Con la Biblioteca Nuevo Latir, la situación fue más sencilla, se planteó que habría proyecciones en ella y que el compromiso de su parte sería llevar a los estudiantes del colegio Ciudadela Nuevo Latir de noveno, décimo y once para que presenciaran las proyecciones. Este tipo de alianzas son más fáciles de concretar por los precedentes que tienen los establecimientos públicos como este, donde es prioritario el apoyo a las actividades de índole cultural.

Como práctica encaminada a la divulgación y promoción del evento, decidimos realizar un comercial en el marco de la asignatura de estética audiovisual con el docente Luis Hernández. Conformamos los equipos, diseñamos un plan de rodaje y con el entusiasmo que nos caracterizaba, nos propusimos el llevar a cabo este proyecto ya que se nos ocurrió que el método para impulsar el festival era dando un ejemplo de la calidad de los trabajos que queríamos mostrar y qué mejor manera que desarrollar uno. Habernos encaminado en el arduo trabajo de producir un audiovisual entre todos, iba mostrando hacia lo que serían los grupos que más adelante realizarían los guiones de ficción.

El rodaje surgió sin más contratiempos que los propios de una producción: los planos se repitieron un par de veces, la lluvia lo interrumpió durante una hora y además la alimentación tardó un poco en llegar.

Ese mismo día se había coordinado la realización de un evento en unas peluquerías, la idea era testear al público y que se lograría dar un abrebocas de lo que se vería en el Festival. Las elegidas fueron “La Pelu” en San Antonio y la peluquería “Betsy Mosquera” en Versailles, esta última de propiedad de la mamá de Karol Cosme una de las compañeras del equipo. Ratificar con estos eventos la aceptación que teníamos en la ciudad significó para el equipo un gran triunfo, nos habíamos apropiado de espacios no seculares y la gente estaba encantada con nuestro trabajo.

Conseguir a los patrocinadores había sido una misión complicada, sin embargo, no fue ni la mitad de difícil de lo que fue la de obtener a los ponentes. El primer grupo surgió gracias a la gestión de Luisa Gonzales, su propuesta de invitar a Pascale Mariani a presentar su documental sobre el coltán, fue aceptada por todos ya que en ese momento no contábamos con un invitado internacional. Para Luisa el aporte del documental de Pascale era el refuerzo que daba al eje temático en el que nos movíamos ese primer año, “La violencia en el cine” Convencerla de participar fue bastante sencillo, entre muchas cosas porque contábamos con el apoyo de la Alianza Colombo Francesa, entidad que patrocinó su participación en nuestro festival. Este patrocinio fue gracias a Hernán Toro, él se ofreció a mediar entre la organización y el festival, mediación que dio como resultado el pago de los tiquetes de Pascale desde Bogotá hasta Cali y además el apoyo en la subtitulación del documental pues estaba enteramente en francés, labor que realizó David Moreno asesorado por ellos.

Del mismo modo la Cinemateca fue la que sugirió que se trajera a José Luis Martín, un egresado del Diplomado en Documental de Creación y que había quedado muy contento con su experiencia en Cali. El aporte de este invitado consistía, principalmente en un taller de Live Cinema y una presentación de Cine Expandido llamada Antropotrip. Para nosotros siempre fue primordial la calidad de las proyecciones, la adecuación de los espacios y la plena satisfacción del público, por

eso fue bastante complicado organizar la exhibición de Antropotrip, pues en su desarrollo, se requerían de muchos equipos y eso implicaba dinero, con el cual no contábamos.

Sin embargo, gracias al apoyo de Oscar Campo, el Centro Cultural de Cali nos facilitó su teatro y 2'000.000 de pesos con los cuales se cubrió en su totalidad, la participación de José Luis.

Después del lanzamiento y de tener asegurados estos primeros invitados, el principal foco de acción fue la divulgación. Al principio hicimos chapolas a una sola tinta, en las que se informaba a la gente de la universidad de lo que sería el festival y las actividades que íbamos a llevar a cabo, también se usó el free press con algunos medios impresos y virtuales, se logró un par de apariciones en ciertos capítulos del programa de Videonautas y Cinemagazín del canal Regional Telepacífico donde se habló acerca del cine en Cali, y la invitación se hizo extensiva a la ciudadanía para que conocieran a CINESPACIO.

El desarrollo del festival fue un proceso arduo y extenuante, llevar a cabo cada una de las actividades y tratar de cubrir espacios tan distantes, significó para todos un enorme esfuerzo. Los días del evento cada sitio se repartió entre diferentes personas los cuales cumplirían varios roles a la hora de la proyección. Angélica Rodas y Carol Briñez estuvieron a cargo de la Biblioteca de la ciudadela Nuevo Latir, Alejandra Vahos del Centro Cultural de Cali y de la presentación Pascale Mariani en la Universidad. Por otro lado David Moreno se encargó de las conferencias, Luisa Gonzales cumplió con la cuota de talleres, donde acompañó a José Luis Martín y Gerylee Polanco todo el tiempo. Por mi parte estuve a cargo de las proyecciones exteriores de CINESPACIO en la estación de Unidad Deportiva del MIO. Para esta actividad, se contaba supuestamente con el apoyo de la cinemateca de la Universidad, sin embargo, por cuestiones burocráticas, fue imposible movilizar los equipos fuera del campus. Este fue un momento determinante pues la notificación de la negativa de la Universidad para soltar los equipos, nos llegó tan solo unas horas antes de proyectar. Al no contar con proyector ni pantalla, estuvimos a punto de cancelar la alianza que se

había concretado con Metrocali - MIO, sin embargo, gracias al apoyo de Ángela Trejos, egresada y colaboradora del festival, logramos conseguir un videobeam prestado pues su mamá ofrecía este tipo de equipos a un precio módico. Solucionada la situación del proyector, aún quedaba en espera el asunto de sobre qué íbamos a proyectar, ya que las pantallas tampoco pudieron sacarse de la Universidad.

Decididos a sacar adelante estas proyecciones, contactamos a los miembros del cluster cinematográfico quienes nos conectaron con los coordinadores de "cine al parque" una muestra audiovisual al aire libre, que se llevaba a cabo cada jueves en la famosa "Colina de San Antonio", estos personajes, llegaron a salvar el día ya que contaban con una estructura de pvc que soportaba una lona blanca sobre la cual, podríamos proyectar en la estación del MIO. Problema resuelto y el festival seguía en marcha. Pasados los contratiempos de las proyecciones, nos dedicamos al contenido académico, el conversatorio de Pascale y los talleres de José Luis y Gerylee. El primero estuvo bastante concurrido, especialmente porque la temática del documental que presentaría la francesa, estaba a la orden del día, puesto que el tema de la minería era la primera plana de muchos medios nacionales, debido a las decisiones del gobierno nacional de entregar títulos mineros en algunas zonas protegidas, situación que anclaba perfectamente con el contenido del proyecto de Mariani.

Por otro lado el taller de producción y el de cine expandido, dieron mucho de qué hablar, en ambos el cupo total se llenó de univallunos y foráneos amantes del cine, quienes lograron extraer todo el conocimiento de este par de tesos. Finalmente logramos concluir el primer festival con la presentación de Antropotrip, un performance en el que el Martín, ofrece un homenaje a Vertog, Vigo y Ruttman, a través de una experiencia sonora y visual acerca de la frontera México-estadounidense. Concluido el primer festival, nos reunimos, sacamos algunas conclusiones y se hizo una revisión acerca de los logros alcanzados durante estos cinco días de festival.

Si bien el festival entró en un periodo de hibernación hasta el año siguiente, en la mitad de estos dos eventos, se logró concretar la participación de Manuel y mía en el FICCI54 en Cartagena de Indias, donde hicimos parte de los festivales seleccionados para participar del Taller de Festivales en el marco de Encuentros Cartagena. Esta invitación fue significativa para CINESPACIO como festival, pues logramos ingresar al circuito nacional de festivales de cine y muestras audiovisuales y se fortalecieron algunos lazos de cooperación con otros festivales del país. De esta experiencia, además de los conocimientos adquiridos sobre gestión de festivales, se suma la participación en conversatorios como los del mexicano ganador del Oscar, Alejandro González Iñàrritu y del maestro iraní Abbas Kiarostami.

Regresar a la monotonía de la vida universitaria después de aprender tanto en Cartagena, generó en Manuel y en mí una inquietud latente sobre hacia donde se debería encaminar el trabajo del festival para el siguiente año, algo que teníamos claro era que si se buscaba perpetuar el evento dentro del ambiente universitario, lo más relevante sería lograr vincular el resto de la facultad en el proyecto.

Decididos a sumar adeptos al proyecto, encontramos en Maritza López de la Roche, decana de la facultad de artes, una aliada inesperada para CINESPACIO. Su gestión así como la de toda la facultad, permitió dar comienzo a las labores del siguiente festival. De la mano de la Escuela de Arquitectura, encabezada por David Torres, se buscaron recursos de la Universidad que nos permitieran empezar a trabajar en el contenido y los invitados del segundo año.

Del mismo modo, la cuota de la escuela, fueron estudiantes como Mercy Insuasti, quien llegaría a cubrir el lugar de Alejandra Vahos ya que ella inició sus prácticas en el Diplomado de creación motivo por el que abandonó a CINESPACIO. Junto a Mercy se sumó Diego Trujillo, un estudiante de la Universidad Autónoma de Occidente, de la carrera de Cine y Televisión que también apoyaría las gestiones de producción permitiendo generar lazos comerciales con distintas organizaciones de

la ciudad. En principio la presencia de Diego fue ampliamente aceptada por los miembros del equipo, sin embargo, luego de varias reuniones, integrantes como Oscar Ordoñez y Angélica Rodas, mostraron su descontento, debido en mayor medida, a la actitud que Diego manifestaba durante las reuniones y a lo largo de las actividades que se planteaban, como visitas a entidades y encuentros con docentes. En uno de los encuentros en que se daba cuenta de los logros obtenidos, se decidió apartar a Diego del proyecto, sin embargo, este se adelantó y presentó oficialmente su renuncia al festival tan solo dos semanas después de haberse unido. Su paso por el festival fue significativo, su gestión permitió concretar algunas alianzas claves, entre ellas se destaca la del Hotel Obelisco, el cual ofreció sus instalaciones para alojar a uno de los invitados de ese año.

Del mismo modo, la participación de David Torres, tuvo varios puntos positivos en el desarrollo de CINESPACIO 2014, gracias a su gestión, Bienestar Universitario y el sindicato de la Universidad, aportaron dinero y equipos para las proyecciones, impresiones y para cubrir algunos gastos del evento. Los encuentros del equipo se hicieron cada vez más constantes, al menos una vez por semana, se pasaba revista de lo que se había conseguido, de los avances en materia de programación, del desarrollo de la convocatoria y selección de las piezas audiovisuales. Con Manuel en cabeza del equipo de producción el equipo funcionaba de manera eficiente, se amplió el uso de herramientas como Dropo y Google Docs para organizar a los equipos y se agilizaron procesos relacionados con la consecución de patrocinios pues se estructuró una estrategia basada en lo aprendido en Cartagena.

La parrilla de contenido académico, no podía estar más nutrida, con el apoyo de Diana Vargas se llegó a Jorge Laferla, el cual despertó el interés de FICCALI por apoyar a CINESPACIO, con ellos se hizo un canje y mientras pagaban por la estadía y adicionaron al argentino entre sus invitados internacionales, nosotros aportamos los tiquetes y el por su parte brindó un magistral conversatorio sobre imaginarios metropolitanos a los asistentes de nuestro festival. Carlos Santa y Carlos García

fueron los invitados nacionales en la edición del 2014, los contenidos de sus conversatorios atrajeron estudiantes de música y diseño a las filas del evento lo que significó un logro personal para Oscar Ordoñez quien, a lo largo de la producción del festival, había hecho un trabajo extenuante para ofrecer contenidos de calidad.

Sin embargo, por el lado de las proyecciones, el trabajo fue bastante flojo. Se incumplieron varios acuerdos pactados con Metrocali, pues al ver la excelente concurrencia del año anterior, decidieron ampliar su participación y ofrecieron dos estaciones más como anfitrionas de las proyecciones, la estación de Universidades y la de Andrés Sanín serían los nuevos puntos de proyección de las películas, pero por la desorganización del equipo de logística y la poca coordinación, de las 3 proyecciones que se tenían pactadas, solo se pudo concretar la de Unidad Deportiva. El descontento del equipo fue enorme pues con Metrocali se venía realizando un trabajo en conjunto desde el año anterior, lo que generó además una fuerte represalia de la empresa de transporte, que lastimosamente cerró las puertas al festival para los siguientes años. Por otro lado, se logró incluir a la terminal de transportes entre los sitios de proyección, actividad que fue bien recibida por los transeúntes de este sitio y debido a la concurrencia podría llamarse un éxito total.

La divulgación de las actividades de este año fue más bien pobre comparada con la primera edición, ya que el cubrimiento de prensa no fue el esperado y la participación mediática del festival no fue la que esperaba, por otro lado las redes sociales fueron el lugar en el que CINESPACIO se destacó. Valiéndose de estrategias simples como buscar temas relacionados, hashtags y generar interacción entre la comunidad existente, CINESPACIO logró ampliar su círculo de influencia a través de su página de Facebook y la difusión de la programación, la publicidad y el video promocional de este año, lograron alcanzar metas aceptables gracias al apoyo que las redes sociales ofrecieron.

El festival en este año culminó con una proyección al aire libre dentro de la Universidad, se hizo uso del MapPoint para cubrir las paredes de la Escuela con imágenes de los diferentes proyectos

ganadores y se vinculó esta actividad a la ya famosa audición que hacen en la plaza de banderas de la Universidad para conseguir más público universitario.

De estas dos experiencias surgieron muchas inquietudes, especialmente para aquellos que dejamos el proyecto por razones laborales o personales, puesto que el desinterés por parte de la comunidad estudiantil es muy grande y sin una adecuada guía y sin una voz de mando que encabece este proyecto, CINESPACIO puede desaparecer y los esfuerzos de todos los que trabajamos podrían quedar en un vago recuerdo de una actividad que alguna vez fue. Entonces surge para mí la pregunta ¿Qué necesita el festival para perdurar? Considero que la respuesta a esta inquietud puede salir de la comparación de los logros y dificultades de las dos ediciones pasadas y de la recopilación de las diferentes prácticas asociadas al desarrollo del festival, sin embargo, es claro que la Universidad debe respaldar la continuidad del proyecto a mediano y largo plazo, no solo por el enorme valor académico que representa el Festival para la institución, sino también por la amplia gama de posibilidades que podría brindar CINESPACIO a las futuras generaciones de estudiantes y docentes que encontrarían en él un semillero de investigación y práctica de distintos saberes y habilidades propias de nuestra profesión y que la Escuela como educadora debería garantizar para una formación integral de sus futuros profesionales.

10.5 ANÁLISIS DEL PROCESO.

Esta parte del informe es la encargada de descomponer en sus partes los relatos que reconstruyeron la experiencia del Festival desde el punto de vista de los organizadores. Cada uno de los dos relatos obtenidos se elaboró con base en el archivo (registro en prensa, publicidad impresa e imagen oficial), la crónica de flujo y la memoria de los protagonistas. La descomposición consistió en

identificar y describir los elementos comunes, para luego fabricar un paralelo conceptual que permitió determinar puntos de convergencia y divergencia.

Posteriormente se estableció un paralelo con las respuestas de las entrevistas hechas a los invitados y asistentes del Festival; esta información recopilada, permitió formular interrogantes sobre la naturaleza interna y externa del proceso, que fueron resueltos en la fase siguiente.

Dentro de la información obtenida en los relatos que reconstruyeron la experiencia del proceso, existen diversos puntos en común que clasificamos en cinco categorías: prácticas, estrategias, momentos determinantes, características de grupo y perfiles individuales.

10.6 Prácticas.

Por prácticas se comprenden las acciones cotidianas propias de la cultura interna del grupo que no eran parte de un esquema planeado, sino que emergieron naturalmente y configuraron las dinámicas al interior del equipo. La primera de ellas fue la asignación selectiva de tareas, cada uno de ellos desempeñaba un rol específico de acuerdo con la labor emprendida, sin diferenciación de ningún tipo, todos hacían de todo sin excepción; de esa distribución homogénea de tareas diarias se estableció una de las principales políticas de grupo, la horizontalidad. Este rasgo de igualdad, donde nadie era el director, sino coordinadores, permitió emerger liderazgos individuales que fueron reconocidos y respetados por el resto. La unión en todas las actividades necesarias para el evento fue una de las prácticas que los obligó a establecer una agenda común de trabajo y a programar cada semana de manera sistemática y rigurosa. Aquí se fundó la práctica que les daría el orden de sus acciones, tomar nota de todo. Los compromisos adquiridos con personas o instituciones eran cumplidos sin importar las circunstancias, ni las eventualidades, ni las realidades personales u organizacionales. Así mismo si alguno incumplía o descuidaba las responsabilidades propias de su rol, había un sistema de regulación que imponía sanciones morales o financieras, según fuera la

naturaleza de la falta cometida. En medio de ese ambiente de rigor y disciplina había un principio de diálogo, consenso y amistad. Cada reunión traía consigo una idea sobre la mesa, una controversia, un debate y al final, un consenso que menguaba los ánimos dejaba satisfechos a todos los integrantes. Cuando se presentaban excepciones y no había acuerdo total, se procedía a votaciones donde cada cual exponía sus razones y manifestaba su opinión. La camaradería y la unidad en las actividades más superficiales, revistió al grupo de un aura de equipo que se expresaba en el respaldo al otro, el liderazgo en situaciones específicas y en asumir responsabilidades superiores a las asignadas. “Durante el evento, el trabajo fue extenuante, siempre surgió un detalle que había que solucionar. Todas las noches durante esos 5 días se sacaban y se entraban los equipos, la tensión, el estrés y mi nerviosismo eran parte de ese compromiso y entrega decida con el grupo” Fue otro de los rasgos que determinó las dinámicas internas de los organizadores, permanecer en función del proyecto, hacían o hablaban en torno a él todo el tiempo, en medio de las clases, en los trayectos a pie, en las salas de espera y en sus espacios cuando estaban solos, pensaban, pensaban y pensaban. Sus prácticas giraban alrededor de la concentración y la coordinación de este.

Una práctica muy común era la revisión semanal de las distintas actividades, de los avances logrados por cada uno de los departamentos y sobre todo, de manera introspectiva llegar a pensar si se iba a lograr o no concretar dicha acción. Esto fue sustancial a la hora de descartar diferentes que se habían planteado en un principio y que a lo largo del proceso pasaron a un segundo plano por la poca importancia que tenían para el proyecto o porque sencillamente en ese momento serían muy difíciles de finiquitar. Del mismo modo permitió entender que no es tanto la cantidad sino la calidad lo que importa, que a la larga dos o tres momentos determinantes, en la práctica, son más eficientes que mil actividades inconclusas o mal hechas.

10.7 Estrategias.

Asumimos por estrategias los planes elaborados previamente para alcanzar un objetivo y provocar un efecto entre los actores a los cuales se dirigió. Las principales tácticas trazadas por el grupo y las más eficaces, están relacionadas con la comunicación y divulgación de actividades. El objetivo fue enterar al mayor número de personas posible, de los proyectos emprendidos, mediante la mayor cantidad de estrategias. Cada una tenía un proceso de trámite al interior del grupo y una etapa de desarrollo en la que todos participaban. Lo primero que hicieron fue hacerse a un lugar, una sede para el grupo, así, nos ubicamos en el primer piso de la escuela de comunicación social. La adecuaron con libros y materiales que se necesitaban para el desarrollo de las actividades la cual contaba con reuniones para mantener al tanto el proceso del proyecto. Alternó a esos dos recursos, emplearon elementos de difusión y convocatoria que ratificaron sus convicciones sobre la importancia de la publicidad. “La forma no es nada más ni nada menos que la expresión de los contenidos”, pronunció por esos días uno de los organizadores. Entre las tácticas estaban, las carteleros sobre papel periódico marcado con plumones y ubicado en sitios estratégicos de la Universidad; la distribución de “chapolas” antes de cada proyección. Las “chapolas”, eran pequeños volantes fotocopiados que contenían información elemental de la proyección. Lo primero que establecieron en la estructura de proyecciones fue el concepto de “lanzamiento”; definieron que la primera proyección debía tener una planeación especial caracterizada por un propósito abiertamente masivo. “La primera preocupación fue la calidad técnica, la fidelidad de la imagen y el audio, la visibilidad del público y la singularidad en la adecuación del espacio”, dice uno de los relatos. Ese punto final, el acondicionamiento de espacios, fue otra de las estrategias, hacerle sentir al asistente que ese era un espacio singular. Por esa razón gestionaron la cinemateca del Museo La Tertulia.

Las “chapolas” se cambiaron por volantes y la estrategia de divulgación se reforzó con póster y programaciones distribuidos en toda la ciudad e impresos en la mejor calidad. Adicionalmente, gestaron alianzas mediáticas que garantiza el cubrimiento del evento por medios impresos, radiales y de televisión; para tener la plena certeza de que en los artículos aparecería la información apropiada del Festival, ellos redactaban los textos para que cumpliera esa función. En paralelo abrieron cuentas en Facebook con el nombre del evento y crearon un grupo de seguidores que mantenía informado de los avances que a diario tenía el Festival. La personalización de los espacios fue un elemento que mantuvieron los organizadores. Se valieron de varios elementos físicos que dieran una idea tangible del Festival, a quienes exponían el proyecto, invitados y patrocinadores principalmente. Recursos impresos, digitales y manuales se cuentan en esta estrategia, que estaba reforzada con el afianzamiento de las relaciones informales con invitados y patrocinadores, mediante llamadas en fechas claves o cumpleaños en días de fiesta o glorias personales. En ambos casos también, la estrategia para establecer el primer contacto fue acercarse a personas relacionadas con el personaje, y sólo para el caso de los invitados, comenzaron a visitar eventos culturales de importancia nacional con el propósito de tener un acercamiento directo con los posibles ponentes. La estrategia fundadora que tuvo el Festival para convocar a los jóvenes en torno a temas complicados, fue desarrollarlos de la mano de reconocidas figuras y al lado de muy buenas películas. De aquí en adelante la preocupación principal que tuvieron fue conectar esta actividad con la ciudad mediante un componente temático menos denso que atrajera a público diverso, esto fue, la muestra de cine independiente hecha en espacios públicos de Cali.

10.8 Momentos determinantes.

El fundador de los momentos determinantes en el proceso de realización del Festival de Cine Cinespacio, es el primer encuentro que tuvieron los organizadores a comienzos del 2013. En secuencia seguirían en este orden: la asesoría del profesora Diana Kuellar, entonces docente encargada de la asignatura de producción de la escuela de comunicación de la universidad del Valle, quien sugirió al grupo no proyectar en espacios abiertos, sino orientar su trabajo a grupos de nichos en escenarios cerrados, en esa primera etapa el grupo se enfrentó con que cada requerimiento debía hacerlo por escrito “Fue entonces cuando conocimos que toda petición debía hacerse por escrito ante el funcionario o la dependencia responsable”. La asignación de un salón en el primer piso, cerca al programa, facilitó el traslado de los equipos y está asociado con la última etapa de la asociación de la cinemática de la universidad.

El grupo aprendería a trabajar con rigor, sin perder un solo minuto; flexibilizaría su política de equipo y permitiría a los integrantes pertenecer a otros colectivos y desarrollar otras actividades; entendería la dificultad de exponer proyectos ante gerentes y convencerlos de apoyar; finalmente, vivirían en carne propia los incumplimientos de los acuerdos establecidos con instituciones públicas.

10.9 Rasgos de grupo.

Aquí se hace referencia a las particularidades del equipo basados en las convergencias encontrada en los relatos recogidos. Los organizadores de Cinespacio son heterogéneos y complementarios. Estas características disímiles generaron procesos mentales distintos que unidos se complementan. El grupo es heterogéneo también en los talentos de sus integrantes, que sumados se convirtieron en la mejor herramienta para enfrentar las incertidumbres que la realidad les presentó durante el proceso. La imagen proyectada por el grupo hacia el público, los invitados y los patrocinadores, es

de jóvenes emprendedores, entusiastas con potencial creativo y conciencia de comunidad que les asigna una identidad propia.

Los relatos concurren en que el grupo se caracterizó por no asumir posturas políticas comunes, aun cuando se respetaran las particularidades, coinciden también en que continuamente quisieron ser los primeros en proponer un cambio, una transgresión de la norma, porque desde el principio les interesó el público, saber cómo conectarse con sus preferencias, por esa razón se hicieron emprendedores de proyectos aparentemente inviables como Cinespacio y trabajaron desde el desconocimiento, fundados únicamente en la práctica. El diseño de estrategias, de estructuras; las relaciones públicas, la publicidad y demás factores que desarrollaron durante el proceso lo realizaron en su mayoría basados en un empirismo clásico, observando con atención su entorno. Estas condiciones y rasgos dieron al grupo una personalidad rígida, metódica y rigurosa, alimentada por la perseverancia individual de sus integrantes y matizada por su voluntad para escuchar y reorientar sus posiciones individuales y colectivas si los argumentos eran contundentes. La pasión por el trabajo emprendido, la confianza en el grupo y el respaldo que sienten en cada tarea iniciada es otra de las coincidencias de los relatos, de ahí derivó la posibilidad de aprender y su capacidad para mejorar en cada versión del Festival, manteniendo siempre la política de acceso gratuito a todas las actividades de la programación. Este último rasgo exigió un esfuerzo arduo y unos resultados efectivos en la labor de gestión financiera, ahí su consigna fue “la peor respuesta es un no”.

10.10 Paralelos conceptuales.

Los relatos permiten identificar las acciones frecuentes desde el 2013 hasta el 2014 en la realización del Festival de Cine CINESPACIO. Acciones que hicieron visible en el desarrollo del proceso, perfiles, características de grupo, prácticas, estrategias y momentos determinantes. Sin embargo,

el análisis de estos factores conduce a establecer que dichas actividades determinan las formas en la que los organizadores se relacionaron entre sí (relaciones de grupo) y con su entorno (con los medios de comunicación, los patrocinadores, el público objetivo y los ponentes).

Para analizar lo que Denis L. Wilcox llama “relaciones con los medios de comunicación”, es necesario indagar cómo se establecieron los acercamientos entre los organizadores del festival, los directivos y periodistas de los medios de comunicación local, cuáles fueron las relaciones, con qué medios comerciales y no comerciales se dieron, qué canales emplearon para suministrar la información a los medios de comunicación escritos, radiales y televisivos y cómo fue que conocieron las dinámicas, tiempos y lógicas del manejo de la información que tienen los medios locales. La solución a estos interrogantes nos conduce a identificar que las relaciones se dieron entre medios de comunicaciones comerciales como la radio, la prensa y la televisión y, no comerciales como revistas e iniciativas de grupo. En ese sentido buscamos entablar contactos con los directivos, los periodistas y establecer relaciones informativas con los medios de comunicación comerciales; fue nuestro mayor interés. Por ello los encuentros que se establecieron con los directivos de los medios de comunicación comercial como el ADN, periódico La Palabra, revista EL CLAVO, revista EL ZARZO, CINEMAGAZIN, Videonautas, La Chicharra, Univalle ST. para buscar el apoyo mediático del Festival, se hizo muchas veces en forma directa, por correo electrónico, usando las redes sociales o visitando los medios y, otras veces de manera indirecta, por lo general amigos o conocidos que pudieron presentarnos y contactarnos con las personas que dirigían los diferentes medios. Por otro lado, los acercamientos con algunos periodistas de los diferentes medios, para obtener el apoyo en el cubrimiento del Festival, la mayoría de las veces se hizo por vía directa con previo conocimiento de los nombres. Muy pocas veces se hizo por medio de amigos, que incursionaron en los medios locales como practicantes y docentes que orientaban la formación universitaria de los organizadores.

Además en esta relación con los medios de comunicación fue de vital importancia lo que Mercedes Caballero y Tomas Alvares denominan “Relaciones informativas”, lo que Denis L. Wilcox denomina como “publicity”, que consiste en el suministro de informaciones listas para publicar en los medios de comunicación antes, durante y después del festival, suministrando “comunicados de prensa” en forma de artículos sistemáticamente.

Por otra parte coincide con lo que el historiador Daniel Boorstin llama “seudo-acontecimientos”; la creación de acontecimientos; generar que la noticia ocurra para llamar la atención de los medios de comunicación del cubrimiento del festival a través de lo que L. Wilcox llama “carta de invitación” o “invitación” a los periodistas. Siguiendo con el análisis de las relaciones del Festival Universitario de Cine Cinespacio con los medios de comunicación, nos permitimos emplear algunas respuestas obtenidas en las entrevistas con diversos asistentes a los Festivales, que buscaron identificar si las alianzas mediáticas, tanto radiales, escritas y televisivas fueron efectivas para acercar el Festival al público. Por lo tanto, encontramos que el periódico ADN, es el medio escrito a través del cual el público se enteró de las fechas y los detalles del desarrollo del Festival. No obstante, la radio jugó un papel determinante a la hora de que el público se informara sobre las fechas de realización, los invitados y los pormenores del evento, a tal punto que los entrevistados identifican a Univalle ST, como la emisora mediante la cual se enteraron de la realización del Festival.

En la parte audiovisual, son diversas las respuestas que indican al canal de televisión local Telepacífico, como el medio por el cual se informaron y conocieron los detalles.

Para analizar los vínculos que los organizadores del Festival entablaron con los patrocinadores, es preciso preguntarnos cómo se dieron, cuáles fueron y cómo vendieron y socializaron el proyecto. Por un lado las respuestas nos conducen a los “medios de encuentro”, que es la forma como los organizadores hicieron contacto con los patrocinadores, allí encontramos que se llegó a ellos

directamente o indirectamente. Muchas de las veces se decidió visitar las empresas sin la mediación de ningún conocido, pero con el nombre propio de las personas a quienes pretendían darle a conocer el proyecto para que se les apoyara. De esa manera visitaron a Alejandro Platt, gerente de mercadeo de METROCALI, la entonces Secretaria de Cultura y Turismo de Cali, María Helena Quiñonez y las Embajadas de Francia y Argentina, que fueron posibles gracias a la ubicación de teléfonos y correos electrónicos dispuestos en las páginas web institucionales de sus respectivos países. Otras veces acudieron a amigos de algunos de los cuatro organizadores que tuvieran alguna relación y cercanía con el gerente, administrador o funcionario público. A esto, L. Wilcox llama “la presión de los pares”, práctica utilizada por los organizadores en distintas oportunidades. Continuando con este análisis de las relaciones establecidas entre los organizadores del Festival de Cine Cinespacio y los patrocinadores encontramos como respuesta a las preguntas arriba enunciadas que las “formas de socialización” o venta del proyecto fueron orales, escritas y visuales. Por lo tanto los organizadores se acercaron a sus patrocinadores con el proyecto escrito del Festival, delegaron en uno de sus organizadores con mejor habilidad para comunicarse fluidamente, la exposición de los aspectos más importantes del proyecto, las razones y los beneficios, frente al gerente o funcionario público, e implementaron mecanismos visuales para reforzar las exposiciones como presentaciones, álbumes fotográficos, recortes de prensa y recordatorios del Festival para obtener el apoyo y mantener el Festival vigente en los recuerdos de los funcionarios y gerentes.

Finalmente esta relación en las prácticas de gestión de los organizadores y los conceptos desarrollados sobre ella, se manifiesta en lo que L. Wilcox llama “el patrocinio”, una forma ampliamente utilizada por las empresas e instituciones, porque refuerzan la reputación y la imagen, proporciona una gran visibilidad de la marca entre grupos de su interés. Manifestándose unas veces mediante el apoyo en especie o “canje”, como sucedió con El Centro Cultural de Cali, La Alianza Colombo Francesa y El Museo de Arte Moderno La Tertulia, Industrias Culturales de Cali, quienes

facilitaron pasajes aéreos y hospedaje para algunos ponentes asistentes a las diferentes versiones del Festival y en dinero en efectivo, como se dio con la Decanatura de la FAI, Bienestar Universitario, SINTRAUNICOL, y el CENPROD. En definitiva, según L. Wilcox, “La recaudación de fondos es un arte de enorme desarrollo que requiere habilidad financiera, psicología de ventas, ingenio y perseverancia por parte de las organizaciones”.

Por lo tanto es necesario preguntarnos qué aspectos tuvieron en cuenta los organizadores a la hora de crear la información suministrada al público objetivo y cuáles fueron las formas en las que se relacionaron con el público al interior y exterior de la Universidad del Valle. En primer lugar, dada la influencia de los formatos audiovisuales en los jóvenes, todos los mensajes suministrados se crearon con un mensaje claro, unas cualidades artísticas y textuales persuasivas, un formato apropiado para su comunicación, y un tiempo conveniente de exposición.

Sin embargo encontramos unas formas particulares de comunicar el mensaje al interior y exterior de la Universidad del Valle. De allí que para poner en contacto el Festival con los estudiantes de la Universidad, se utilizaron los afiches de medio pliego a full color, las programaciones con formatos llamativos y claros, los carteles gigantes con información concisa, los pendones en print banner, impactantes y coloridos, los murales y columnas con colores y diseños provocativos y la ambientación de escenarios, que transmitieran sensaciones a los jóvenes.

Por su parte el contacto del Festival con el público externo a la Universidad del Valle se dio particularmente a través de las herramientas Online, como el Facebook, por el que se proporcionó un amplio y versátil manejo de gráficos, fotografías y clips de audio y video del Festival entre los jóvenes de la red, proceso reforzado con acciones informativas mediante radio, prensa, televisión y programaciones, siempre teniendo en cuenta que los lenguajes informativos y publicitarios deben estar claramente diferenciados. Por lo tanto, al pretender conocer cómo el público asistente se enteró de la realización del Festival por medios distintos a tradicionales (radio, prensa y televisión),

encontramos una coincidencia notoria entre los entrevistados, que permite identificar las redes sociales, como un medio de información de destacada efectividad que por su tamaño, se hizo visible entre los estudiantes y el público en general. Además, los entrevistados coinciden en que los folletos (programaciones), son un elemento informativo muy relevante porque permite enterarse de la Fecha del Festival y estar atento a la programación diaria. Otro aspecto que los entrevistados advirtieron en lo que tiene que ver con el conocimiento de la fecha de realización del Festival, fue la coincidencia en diversas respuestas, que dan como elementos importantes de recordación del Festival, el segundo semestre del año, especialmente los meses de septiembre y octubre y la cercanía con el Festival de Cine de Cali.

Ahora, es momento para analizar las relaciones que se presentaron entre los organizadores del Festival y los ponentes invitados. Para iniciar conviene preguntarnos cómo se dio el encuentro entre los organizadores del Festival y los ponentes locales y nacionales; y qué tipo de relaciones se establecieron entre ellos. Por lo tanto como respuesta encontramos que el medio utilizado para abordar a los ponentes locales fue el “aula de clase” en el caso de aquellos que orientaron la formación profesional de los organizadores, como Camilo Aguilera, Manuel Silva, Oscar Ruiz Navia, Santiago Lozano, William Vega y Oscar Hincapié. Por el lado de los ponentes nacionales, indagaron a docentes de la Universidad del Valle, sobre su cercanía con profesores y personalidades a nivel nacional. Además, otra forma que utilizaron para llegar a los ponentes nacionales fue la “forma directa”. Por lo general el uso del Internet y teléfono, les permitió acceso a los nombres y contactos de los docentes de las universidades más importantes de Colombia, como sucedió con el Alejandro Ángel, Carlos García y Carlos Santa. También aprovecharon las prácticas profesionales en Bogotá y asistieron a eventos, del mismo modo el Festival de Cine de Cartagena. Finalmente el tipo de relación que se presentó entre los ponentes y los organizadores fue la relación “conferencista profesionales” que se limitó al papel de los ponentes como conferencistas.

Adicionalmente, se acudió a las diferentes respuestas obtenidas en entrevista abierta con los ponentes nacionales asistentes al festival quienes fundamentalmente vieron con satisfacción la utilización del cine como herramienta para acercar la realidad social a los jóvenes, a tal punto que Alejandro Ángel, reconoce que con esta estrategia no solamente está creando estudiantes con conocimiento, sino que está construyendo ciudadanía. Otras apreciaciones de los conferencistas invitados, ven el cine como un medio a través del cual se aprende y se conoce; el cine como herramienta política pedagógica para alcanzar diversos fines. De otra parte, apreciaciones como la de la documentalista Marta Andreu, va más allá y ve el cine como el tótem de la tribu moderna, por su gran capacidad de convocatoria, citando que “quien no entiende una mirada no entenderá una larga explicación”, por ello otros ponentes invitan a seguir apoyándolo como herramienta pedagógica, porque dada la posibilidad que los lenguajes audiovisuales ofrece, lo hace más accesible para los estudiantes que una clase magistral, que les permite a los jóvenes a partir de algunos hitos, generar preguntas y elaborar comentarios.

¿Qué aspectos significativos sobresalen en la relación entre los organizadores de Cinespacio y sus patrocinadores, su público, sus invitados y sus medios aliados? ¿Cómo se relacionan estos aspectos significativos con las prácticas de gestión, las estrategias comunicativas y la estructura general desarrolladas en el Festival de Cine Cinespacio? ¿Cuáles fueron las dinámicas internas que definieron la naturaleza de las prácticas de gestión, las estrategias comunicativas y la estructura general desarrolladas en el Festival de Cine Cinespacio?

10.11 INTERPRETACIÓN DEL PROCESO.

Esta parte del proceso se desarrollará de acuerdo con el objetivo general del estudio y a las tres preguntas surgidas del análisis. En él identificamos y entendemos la naturaleza de las prácticas de gestión, las estrategias comunicativas y la estructura universal del Festival, al igual que las dinámicas internas que permitieron al grupo organizador definir sus relaciones e interacciones con el exterior. En ese propósito encontraremos los elementos que conforman cada eje de la investigación, e interpretaremos su rol en el proceso comunicativo Festival Universitario de Cine Cinespacio entre el 2013 y el 2014.

10.12 Dinámicas internas.

Una de las primeras prácticas de trabajo al interior del grupo fue la distribución de tareas. Un ejercicio que consistía en asignar las actividades pendientes equitativamente, de acuerdo con los talentos de cada uno. Este primer hallazgo definió una de las principales características que el público le ha otorgado al grupo, la eficiencia y el uso productivo del tiempo. A esta práctica se le suma la capacidad de coordinación que tuvo el grupo desde sus primeras reuniones, rasgo imprescindible para el perfecto desarrollo del Festival. En complemento y como estrategia para mantener este rasgo al interior del grupo, el equipo trabajó con una agenda común donde se consignaban las tareas del mes y los encargados de desarrollarlas, este recurso estableció la cultura de “todos en función de CINESPACIO”. La consigna unida con la práctica de asignación y el recurso de la agenda, ubicaron al grupo en dirección ascendente con ritmo arrollador. Una de las prácticas más importantes en la conservación de la amistad entre los integrantes y en el mantenimiento del buen ambiente interno, fue la política de horizontalidad, una conciencia colectiva que reconocía la igualdad, respetaba los liderazgos individuales y negaba la figura del director, por el contrario, establecieron una dirección colegiada donde todos tenían la dignidad de

coordinadores. Para mantener intacta esta dinámica interna, el grupo creó un sistema de autorregulación que permitía y obligaba a todos denunciar y sancionar a quien asumiera posiciones de superioridad dentro o fuera del grupo. Este esquema permitió disolver los protagonismos y avanzar sin rencillas, mezquindades o resentimientos que pudieran haber afectado los ritmos de trabajo al interior del colectivo. En paralelo el grupo recurrió a uno de los medios más efectivos que existen para resolver controversias, el consenso. Cada decisión sobre la estructura del Festival traía consigo una polémica que el grupo aprendió a resolver mediante exposición individual de argumentos y la posterior reorientación de postura de algún miembro, de esa manera se construyó varios consensos importantes. Cuando el común acuerdo no era posible acudían al voto. Esta situación pone de manifiesto la capacidad otorgar la razón al otro y aceptar el error, una dinámica interna convertida en un rasgo de grupo que les permitió aprender y avanzar con mayor facilidad. En esa dirección, el equipo logró flexibilizar una de sus posiciones más rígidas y permitió a cada uno de sus integrantes pertenecer a otros grupos de trabajo, comprendiendo que la identidad no va en un solo sentido y que al igual que en la Grecia antigua, el conocimiento del exterior es un factor de desarrollo interno. Finalmente habría por decir que la inquietud y el sentimiento de perfección arraigado en la cultura del grupo conformaron también el cúmulo de dinámicas internas que permitieron formular las estrategias, las estructuras y las prácticas. En suma, todas las formas de relacionarse, de comunicar, de deliberar y decidir al interior de la organización, determinaron dos cosas principalmente: el fortalecimiento del equipo y la creación de sistema engranado. La unidad construida en un ambiente de diálogo, camaradería y amistad promovió en el día a día un sentimiento de identidad que los ponía en dirección de un mismo proyecto que pertenecía y dependía de todos, aquí la consolidación de equipo. El rigor, la coordinación y el compromiso, dieron lugar a una atmósfera de producción industrial mediado por las relaciones cálidas entre todos, esto supuso la

cristalización de un método de trabajo que pronto se convertiría en un sistema auto-regulado, eficaz y estimulante para las aspiraciones de victoria al interior del grupo.

10.13 Prácticas de gestión.

La primera práctica de gestión implementada por los organizadores del Festival en su proyecto fue el canje. Acudieron a él desde sus inicios en el cine club y lo utilizaron para suplir las necesidades más elementales de las actividades emprendidas. De esta manera lograron vincular un mayor número de empresas al proyecto y ampliar su perspectiva sobre los alcances de la gestión cultural; ello les garantizó la realización de los primeros tres eventos, donde más del 70 % de los aportes al Festival fueron hechos en servicios o insumos. A esta gestión le siguieron otras dirigidas a comprometer apoyos financieros de instituciones públicas y privadas, y a garantizar la asistencia de invitados en el Festival. Entre ellas está los Medios de Encuentro, orientada a establecer contacto con administradores, gerentes y académicos. Estos medios de encuentro eran directos o indirectos; los primeros se hacían sin una intermediación previa, consistía en comunicarse través de correo electrónico, teléfono fijo, celular o sitios web institucionales. Los segundos tenían una mediación que usualmente hacía gracias a un conocido o amigo cercano al personaje. Esta resultó una manera eficaz de obtener resultados favorables en dos componentes importantes del evento: el financiero y el intelectual. La práctica en cuestión les exigió permanecer atentos a los movimientos de la cultura nacional y la economía local, así como un mantenimiento de las buenas relaciones informales con posibles contactos. Las experiencias adquiridas mediante esta práctica, trajo nuevos escenarios y nuevas prácticas. La socialización del proyecto generalmente se desarrollaba en frías oficinas, luego de largas jornadas de espera, así que entre sus políticas de presentación estaban: exponer la idea de manera rápida y creativa, empleando recursos digitales, recortes de prensa, álbumes fotográficos y maquetas, precedidos siempre, por la exhibición del proyecto impreso solamente a quien tomara las decisiones o fuera un delegado directamente asignado. Lo hacían

siempre en grupo, exponía sólo uno y se guiaban por una consigna esencial “la peor respuesta es un no” Estas prácticas daban a su discurso un aire de orden y formalismo, aspectos necesarios para comunicarse fluidamente con empresarios y personajes reconocidos. La autenticidad de sus recursos de socialización, los ubicaron en el círculo de la gestión local como jóvenes creativos y confiables.

Otra de sus prácticas de gestión empleada en el proceso Festival, fue acercarse a todas las administraciones públicas y privadas sin importar su militancia política. Llegaban, directa o indirectamente, a las oficinas y no tomaban posiciones políticas como grupo, ni comprometieron la programación del evento con actividades proselitistas. No asumir estas posiciones como grupo les permitió conservar la independencia y la autonomía en todas las actividades del evento; de esa manera pudieron estructurar los contenidos de acuerdo con certezas académicas y no a favores políticos y aceptar asesorías de estudiosos reconocidos que constantemente modificaron la estructura del Festival.

Tuvieron la última palabra en cada decisión. Entregar cada solicitud por escrito con fotocopia de recibido, aún en los trámites más superfluos, también constituyó una de las prácticas implementadas. Esto les llevó a iniciar un proceso de formalización en el grupo, cuya muestra más visible fue la constitución de la Asociación Imagen, a partir de ahí pudieron recortar la distancia entre la formalidad de las instituciones públicas y contaron con una herramienta para evitar el incumplimiento de los pactos acordados con dirigentes oficiales. La efectividad de las prácticas en gestión financiera, es finalmente la que determina la existencia del Festival y de todos sus procesos internos; los recursos asignados determinan, también, las dimensiones del Festival, el número de actividades, de invitados, la calidad en publicidad y finalmente los impactos sociales entre los jóvenes de la Ciudad y la Universidad. Los resultados de las prácticas permiten consolidar el

festival y ubicarlo como una de las opciones más auténticas de la oferta cultural en la región, además garantizan la viabilidad del proyecto y sus sostenibilidad en el mediano plazo, por lo tanto la continuidad del equipo en torno al trabajo que los consolidó. Por otra parte, las prácticas en gestión alimentaron unos aprendizajes que le dieron al grupo certezas sobre procedimientos administrativos y le despojaron de temores que le acercaron con naturalidad a las dinámicas cotidianas en los procesos de contratación; de esa manera lograron derribar la barrera entre las instituciones y su organización, factor clave en el momento de desarrollar un evento con carácter cultural.

10.14 Estrategias comunicativas.

Las estrategias de difusión fue uno de los elementos que más interesó a los organizadores. De ahí surgieron las mejores ideas y aciertos, que incluso influyeron en cuestiones tan determinantes como la estructura general del evento. Este tipo de tácticas estuvieron determinadas en función del público juvenil de la ciudad. Partieron siempre de un interés explícito por llamar su atención y por comunicarse efectivamente él. La primera estrategia que desarrollaron, de forma empírica como bien se describe en las dinámicas internas, fue la alianza mediática. Para el Festival fue un hallazgo efectivo, lograban figurar en medios masivos, de manera permanente, sin invertir grandes sumas de dinero. Fue la garantía de divulgación masiva a través de medios impresos, radiales y audiovisuales posicionados en la región, con la posibilidad adicional de ampliar progresivamente su aparición en prensa de acuerdo con la consolidación del evento. Las alianzas requirieron de un primer contacto hecho directa o indirectamente, igual que los acercamientos iniciales con instituciones públicas o privadas, con o sin intermediación. Una vez establecidas las alianzas, el grupo aplicó una estrategia conocida en el ámbito de la publicidad como “publicity”, que consiste en entregar al medio aliado las noticias editadas, listas para publicar, garantizando la aparición de la nota en la publicación, disminuyendo al mínimo los imprevistos e incluyendo información

precisa sobre el evento. La siguiente estrategia relacionada con las alianzas mediáticas fue la creación de acontecimientos, denominados en el área de publicidad como “seudo-acontecimientos”, un mecanismo efectivo para llamar la atención de los medios y figurar en sus agendas. La realización de eventos con interés social e invitados importantes generan por sí solos noticias que merecen publicarse, a esto el grupo sumó la publicación constante de comunicados de prensa con el propósito de enterar a los posibles interesados. Por otra parte, el grupo ideó una serie de recursos publicitarios dirigidos a divulgar las actividades del evento entre los jóvenes. En primer lugar tuvieron criterios claros de divulgación: mensajes claros, diseño atractivo, ubicación estratégica, formato apropiado y tiempo prudente de exposición. De esa manera distribuyeron afiches, programaciones, volantes; imprimieron pendones y diseñaron carteles. A esto le sumaron la adecuación de espacios acorde a los temas del Festival. La obtención de los recursos consolidó una imagen del evento y determinó la identidad gráfica que tendría el Festival. Como complemento a esta estrategia publicitaria, emplearon las redes sociales de Facebook y crearon una página con el nombre del Festival que contuviera toda la información relacionada, actualizada diariamente con los avances y las últimas noticias de CINESPACIO.

En paralelo hubo una consigna que sirvió como motor creativo y una política que acercó a jóvenes de diversas culturas al Festival. La consigna era, ser los primeros en hacerlo, eso los llevó a ingeniar formas de construcción artesanal que les permitió materializar las ideas que no podían desarrollar cabalmente por falta de recursos financieros. La política consistió en exhibir todo tipo de cine, manteniendo unos mínimos criterios de calidad. Por último, es claro que las estrategias comunicativas implementadas, permitieron el posicionamiento del Festival como un evento novedoso, necesario e inteligente; la aparición en las agendas mediáticas estableció los primeros contactos del festival con la ciudad y permitió una más rápida interacción entre los jóvenes y la imagen oficial, de esa manera se logró consolidar al joven como público base.

10.15 Estructura general.

La armazón general del evento está conformada por tres elementos principales: los temas, los invitados y las muestras cinematográficas. Definir estos tres puntos requirió ejercer unas prácticas y desarrollar estrategias afianzadas con el tiempo. La base de la estructura mantenida a lo largo de todo el proceso de CINESPACIO, se diseñó en el primer evento realizado por el grupo, el lanzamiento y las proyecciones en las peluquerías. En él se determinó que la muestra cinematográfica debía girar en torno a un tema y acompañarse por la intervención de un invitado conocedor del cine o del eje temático definido. Esta base permitió al grupo explorar posibilidades de abordaje y definir tareas de acuerdo con una ruta trazada por la estructura y sus componentes. Los temas se definieron a partir de un interés del grupo por entender la historia, mediante consensos determinaron posibles ejes y luego los socializaron ante profesores conocedores de los temas elegidos. Esta fue una práctica definitiva, contar con asesorías informales de maestros vinculados a la Universidad que aclaraban el panorama y sugerían bibliografía. Aquí se estableció una segunda práctica en la definición temática, elaborar revisiones bibliográficas que permitieran entender la cronología de los hechos desde los contextos en que se desarrollaron, de esa manera, podían establecer una ruta de abordaje coherente y sistemática. Con el tiempo los invitados nacionales también brindarían asesorías que aportarían en claridad a la estructura general. Los invitados, al igual que los directores de medios y los gerentes de empresas, eran contactados de manera directa o indirecta. Con la mediación de conocidos cercanos al personaje o sin ella, a través de llamadas telefónicas o correos electrónicos. Luego se emplearía una estrategia efectiva que les permitía tener un contacto personal con los invitados y socializar el proyecto con todos sus detalles y todos sus soportes visuales. La estrategia consistió en visitar eventos de carácter nacional que convocaban a personalidades de la cultura colombiana y extranjera. Fue efectivo y ayudó al evento a dar un salto

significativo hacia el mejoramiento de sus contenidos. Las películas tuvieron un proceso idéntico con la figura de Luisa González como curador oficial de la muestra central y la retrospectiva. El grupo se dedicaba a elaborar revisiones y consultas para establecer un abanico de opciones heterogéneo que le permitiera tener una selección final diversa. Lo hicieron siempre de la mano de Luisa quien fue crucial en definir el carácter de las películas exhibidas durante todas las versiones del festival, lo hizo mediante críticas y cuestionamientos puntuales. Su participación dio a la selección oficial credibilidad y rigor profesional. Un elemento significativo también en la estructura del evento son las actividades complementarias conformadas por muestras fotográficas, conciertos de artistas locales y presentaciones escénicas que nutrieron la programación y abrieron las posibilidades ofrecidas por CINESPACIO. Las principales formas de socialización para desarrollar los temas fueron: la conferencia, la entrevista y el conversatorio, en conjunto dinamizaron los contenidos temáticos del Festival y establecieron una interacción entre el público y los invitados, así como un diálogo entre ponentes, hecho que ampliaba las posibilidades de abordaje y por tanto de interpretación por parte del público.

Finalmente, este diseño de la estructura general promovió una cultura abierta y flexible en torno al cine, posible gracias a la exhibición de varias tendencias cinematográficas en paralelo; acercó la historia a los jóvenes y facilitó el entendimiento de temas densos a través del lenguaje audiovisual y de estrategias ingeniosas; abrió la posibilidad de contar con un público heterogéneo, debido a la flexibilidad de sus contenidos y al carácter gratuito de sus actividades, permitiendo a la ciudadanía conocer otras formas de entender la realidad, esto gracias a la participación invitados extranjeros y de diferentes ciudades colombianas. Por último, la forma de la estructura que sostiene al festival posibilitó la conexión de la Universidad con la ciudad y de la ciudad con intelectuales de todo el país.

11.RESULTADOS.

Como producto de la investigación se creó una guía de gestión titulada “Cómo hacer un festival de cine y no morir en el intento”. La importancia de este tipo de documentos hoy en día se manifiesta en la organización de las empresas, en la practicidad de sus contenidos y en la utilidad para emprender labores desde cero. Estas recomendaciones se editaron a partir del trabajo de sistematización y constituye un conocimiento nuevo en cuanto parte de la reconstrucción de los aprendizajes del festival.

El propósito es orientar a los miembros del equipo y futuros gestores culturales mediante la divulgación de este documento escrito en un lenguaje sencillo, directo y conciso. De esa forma presentamos el siguiente texto que busca, además, aportar en la joven área de la gestión cultural.

MAYO 2018

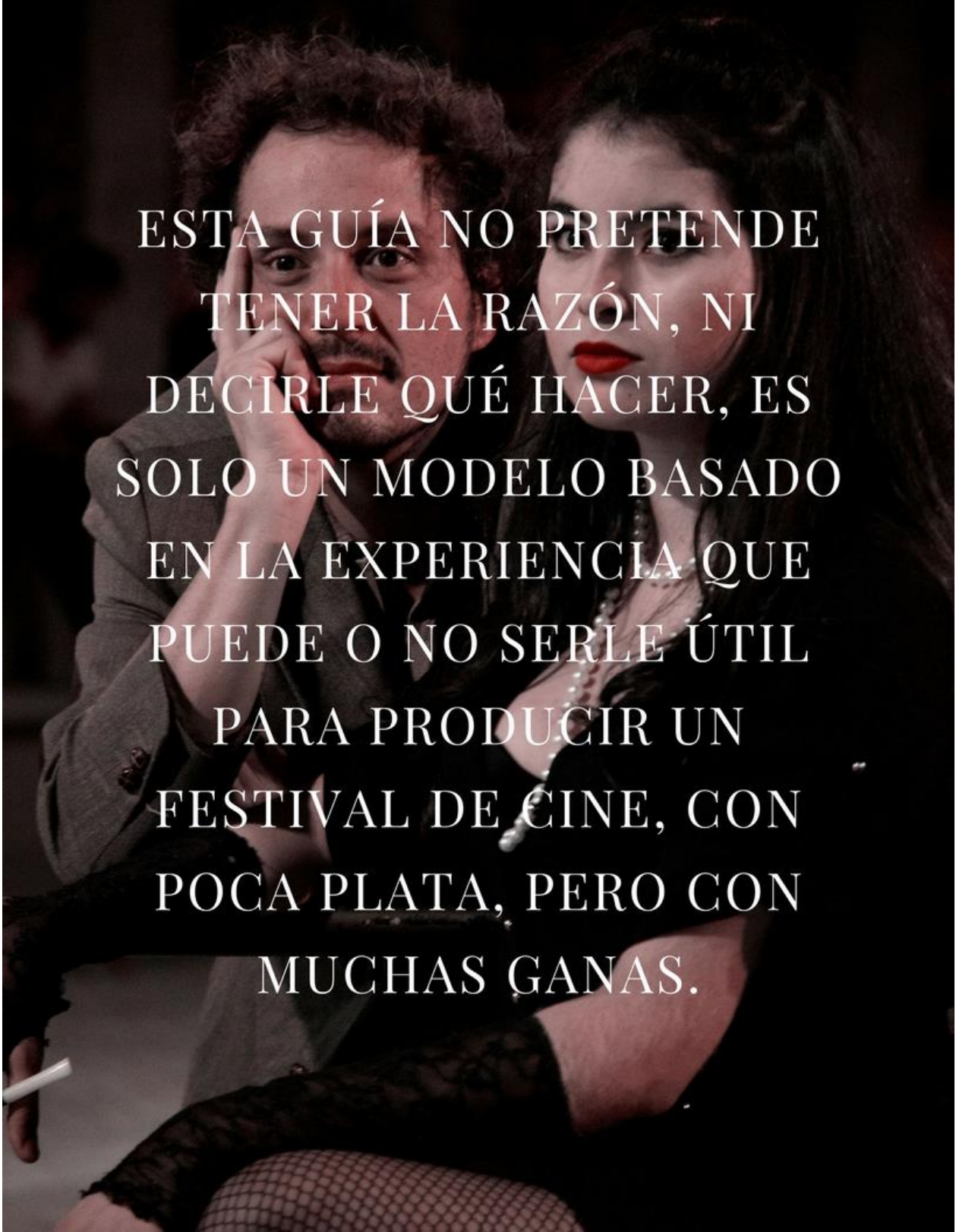
CINESPACIO

COMÓ HACER UN FESTIVAL DE CINE



Y NO MORIR EN EL INTENTO

Freddy Ladino Samboni

A man with curly hair and a beard, wearing a grey jacket, is looking towards the camera with his hand near his face. A woman with long dark hair and red lipstick is looking slightly away from the camera. They are in a dark, possibly indoor setting. The text is overlaid in the center in a white, serif font.

ESTA GUÍA NO PRETENDE
TENER LA RAZÓN, NI
DECIRLE QUÉ HACER, ES
SOLO UN MODELO BASADO
EN LA EXPERIENCIA QUE
PUEDE O NO SERLE ÚTIL
PARA PRODUCIR UN
FESTIVAL DE CINE, CON
POCA PLATA, PERO CON
MUCHAS GANAS.



01 Introducción.

Conociendo la dimensión del proyecto.

02 Gestión Cultural.

03 Festival de Cine

Procesos del festival.

04 Conformación del equipo

05 Departamento de Producción.

06 Departamento de Comunicaciones.

07 Departamento de curaduría.

08 Departamento académico.

09 Departamento de logística.

10 Selección de la temática del festival.

11 Categorías.

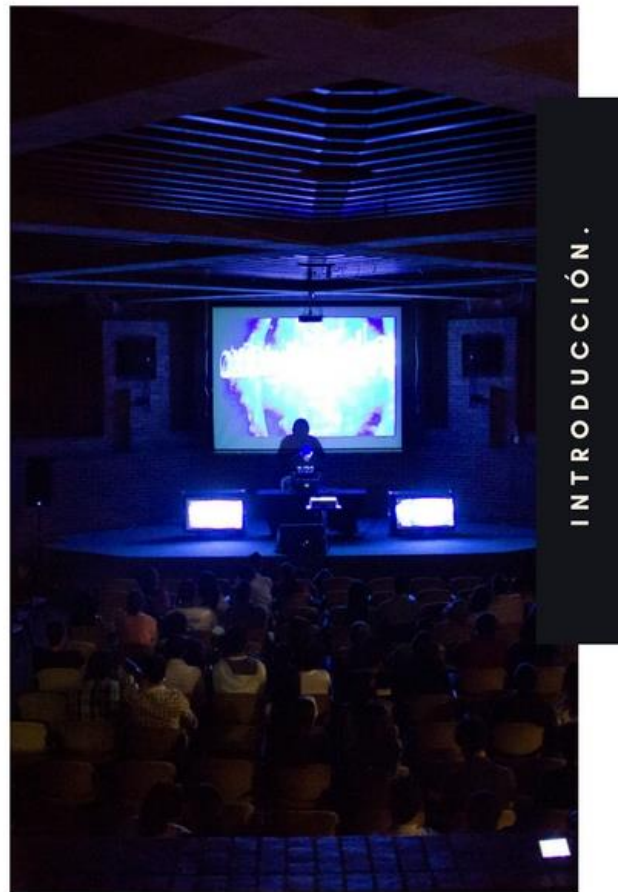
12 Contenido

13 Consecución de recursos.

14 Convocatoria y selección de las piezas participantes.

15 Promoción y Divulgación.

16 Ejecución del evento.



INTRODUCCION

Después de mucho deliberar y partiendo del concepto del cine para todos, bajo el que se creó el festival, hay que entender a CINESPACIO como una experiencia de gestión cultural en la que convergen distintos saberes y habilidades con el fin de ofrecer a los realizadores audiovisuales de la Escuela de Comunicación Social y al público en general, un evento de carácter público en el que exista un ambiente de diálogo, aprendizaje y discusión en torno a la cultura cinematográfica, que además busca ser un proyecto institucional que se convierta en un símbolo del emprendimiento estudiantil en la Universidad del Valle. En este manual no se pretende tener la razón absoluta, sin embargo, a partir de la experiencia de sistematización y al adquirir algunos conocimientos de manera empírica, se logró descifrar una posible ruta con la que se puede ejecutar este proyecto o similares relacionados con el ámbito cultural.

*Podemos aprender más, y más rápido, si tomamos control consciente del proceso de aprendizaje, expresando y analizando nuestra conducta. **Seymour Papert.***

DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA.

El departamento de logística es la fuerza bruta del proyecto, son los que materializan las ideas, los momentos y los conceptos. Esta gente se encargará de cargar, transportar, montar y desmontar cada parte del festival, sus funciones agrupan, pero no se limitan a movilizar a los invitados, montar los espacios de proyección, repartir volantes, entregar las piezas audiovisuales en los distintos lugares, limpiar el espacio antes y después de usarlo, realizar compras, seguridad y organización de cada actividad. Las personas de este departamento no solo deben contar con una alta capacidad y resistencia física, también deberán ser ágiles y creativos a la hora de ofrecer soluciones; se requieren además conocimientos básicos de electrónica, manejo de equipos de proyección, conducción y ubicación espacial.

DEPARTAMENTO DE CURADURÍA.

Es aquel encargado de seleccionar minuciosamente el material que se va a proyectar a lo largo del festival, sus miembros pasarán horas enteras viendo filmes que pueden ir desde bodrios hasta obras de arte puro que al final llegarán a las diferentes pantallas de proyección del festival. Los individuos de este departamento serán los más radicales y estrictos, su criterio no pretenderá ser el único válido, sin embargo, se les permitirá ser tan crudos y viscerales a la hora de criticar las piezas que se puede correr el riesgo de quebrar muchos egos de cineastas. Los curadores estarán a cargo de darle forma al contenido audiovisual del festival y bajo su juicio se dejará la distribución de las películas de acuerdo con el espacio y tiempo en el que se presenten, ellos deberán investigar el público que será impactado con el fin de escoger los elementos indicados para cada presentación.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO.

El departamento académico llevará el bastión del contenido educativo y formativo del festival. De la mano con el departamento de producción, se encargará de conseguir a los invitados, que incluye, pero no se limita a los panelistas, realizadores, investigadores, productores entre otros. Que harán parte de la parrilla del festival. Del mismo modo es su responsabilidad, liderar la selección de la temática y conceptualización de cada edición del evento, deberán analizar los contenidos indicados para cada uno de los espacios formativos y asegurarse que los mismos cumplan con los requisitos que un festival de la talla de CINESPACIO requiere. Los miembros de este departamento no solo deben tener un amplio conocimiento del audiovisual, sino además de distintas áreas de las ciencias sociales y las artes, que puedan vincularse al proyecto con el fin de nutrir y fomentar intelectualmente a los participantes.

CATEGORÍAS.

Se recomienda mantener las categorías que se han venido trabajando durante las primeras ediciones del festival: documental, animación, experimental y ficción, cada una de ellas contará al menos con 10 piezas audiovisuales.



SELECCIÓN DE LA TEMÁTICA DEL FESTIVAL.

Esta parte del proceso, aunque parece sencilla es primordial para el flujo del evento, es quizás el momento más determinante del festival pues aquí se definirá tanto los contenidos que se van a ofrecer en la parte académica como los parámetros de selección para la convocatoria, a partir de aquí se darán la largada contra el reloj del festival. Entre los criterios para la selección de la temática, se sugiere tener en cuenta la actualidad, complejidad y pertinencia del tema. Harán parte de esta coyuntura, el departamento de curaduría, académico y de producción. Debemos recordar que el festival hasta este momento no es de carácter competitivo y no se entregarán premios, así que hay que ser muy claros en eso.



CONTENIDO.

Del contenido del festival, se espera proveer al público, no solo una experiencia audiovisual, sino también una oferta académica diversa, la cual sea llamativa para los participantes. En este orden de ideas se plantea que al menos un invitado internacional pueda asistir al evento, este invitado deberá cumplir con los requisitos de ofrecer una experiencia formativa, bien sea un taller o una conferencia, cuya trayectoria sea lo suficientemente relevante como para poder vender su participación no solo a los asistentes sino también a los patrocinadores; en este caso en particular, depende de la época del año en la que se realice el festival, una alianza con entidades como el FICCALI o El centro cultural de Cali, podrían ayudar a solventar los gastos del invitado. Un invitado nacional deberá componer la parrilla de programación, no olvidemos que una de las insignias del festival es el apoyo a lo nuestro, el querer mostrar el trabajo que se está haciendo en el país en materia de cinematografía.

Diversificar las experiencias: una charla aburrida puede significar menos asistentes que un evento interactivo o un taller, ampliar los horizontes y dejar de ver el cine como imágenes proyectadas sobre un telón, es tarea que el festival debe cumplir.



CONSECUCCIÓN DE RECURSOS.

Para la consecución de recursos, se requiere de un trabajo de al menos 6 meses de anticipación al festival, ya que, en muchos casos, las entidades que se desean vincular al proyecto, requieren de largos procesos burocráticos para la aprobación de las diferentes ayudas que puedan brindar para la realización del festival. Los apoyos pueden venir de varias maneras y pueden ser suministrados por uno o más patrocinadores.

1. En dinero: Algunas entidades públicas y privadas optarán por entregar dinero para cubrir gastos del proyecto como transportes, alimentación, estadía y estipendio de los invitados, así como gastos de producción como impresiones y publicidad.
2. Con trabajo: Del mismo modo, podrán participar como patrocinadores del evento, aquellas entidades, personas o instituciones que ofrezcan su trabajo o el de alguno de sus miembros en alguno de los campos que se requiere para el evento.
3. Con espacios o equipos: Se podrán incluir también, aquellos que ofrezcan al festival, un espacio para realizar las actividades programadas, así como quienes faciliten equipos necesarios para las mismas como videobeams, amplificadores de sonido, pantallas etc.
4. En especie: Comprende los apoyos en comida, papelería, indumentaria etc.

La cantidad, calidad y forma de apoyo será el criterio que permitirá determinar el nombre que recibirá cada uno de los aportantes en el material publicitario y de mercadeo del festival los cuales serán, pero no estarán limitados a:

1. Patrocinador: Aquel que con dinero, trabajo o especie participe del proyecto.
2. Apoyo: Aquel que ofrece espacios o apoyo conceptual para el evento.
3. Aliados: Aquellos que trabajan en conjunto, pero que pertenecen a proyectos diferentes y buscan un objetivo distinto, ejemplo: Aliado de medios será aquel que cubrirá el evento con el fin de divulgar la actividad, pero que en contraparte obtendrá material para su medio.

Algo muy importante que se debe tener en cuenta: las alianzas y los compromisos deben ser serios y cumplirse, una falta a la palabra frente a un convenio puede significar que las puertas se cierran para el festival y que la imagen de este se vaya para el piso.



CONVOCATORIA Y SELECCIÓN DE LAS PIEZAS PARTICIPANTES

La convocatoria es un proceso que debe iniciarse aproximadamente seis meses antes del festival, para ella se harán uso de páginas como www.movibeta.com, www.festhome.com, www.clickforfestivals.com y similares, las cuales ofrecen una plataforma fiable para recibir el material y aplicaciones desde cualquier parte del mundo, lo que amplía enormemente la posibilidad de obtener material inédito para divulgar durante el festival. Durante este periodo de tiempo, el equipo de curaduría se encargará de descargar y clasificar el material obtenido con el fin de dividir las piezas en las categorías elegidas anteriormente. Al finalizar este proceso se hará saber a los ganadores y a los seguidores del festival, cuales son las piezas seleccionadas en cada categoría concursante.

Del mismo modo, es importante tener claro cuáles van a ser los lugares donde se proyectarán cada una de estas piezas, no es lo mismo un teatro, que la pared de un edificio o la plazuela principal de un centro comercial. De la exhaustiva selección del material y su adecuada proyección, depende el interés que genere el evento en los asistentes.

PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN.

La divulgación es quizás una de las partes más importantes del evento, ya que sin un adecuado trabajo divulgativo, el festival puede pasar desapercibido y todo el esfuerzo de meses puede perderse. El departamento de comunicaciones cumple esta misión y debe iniciar labores desde el momento exacto en que el festival empieza a plantearse.

¿Cómo? Las redes sociales son un elemento clave para divulgar el proyecto, el uso adecuado de ellas garantiza la presencia de marca constante del festival. Se sugiere contar con un community manager que diseñe e implemente las estrategias para darle vida al festival en la red.

Los medios tradicionales de comunicación son igualmente importantes, prensa, radio, televisión deberán hacer parte de la estrategia de medios presente en el festival. En este caso, la llamada "publicity" cobra fuerza pues se debe buscar ser lo suficientemente relevante como para ser tenido en cuenta por estos medios al momento de hablar de cine; ellos deberán buscarnos, de no ser así, el festival deberá buscar espacios para hablar del proyecto e invitar a las personas a que nos visiten durante el tiempo del evento y se animen a participar.

Al ser la Escuela de Comunicación Social y la Universidad del Valle, el alma máter de muchos de los actuales periodistas de los medios nacionales, se sugiere acudir a ellos para gestionar espacios de promoción y de presencia mediática.

La divulgación interna también es importante. No se debe olvidar que el festival nació por y para la Universidad del Valle, así pues, que se debe informar a los estudiantes y en general, a los miembros de la comunidad universitaria, acerca de las actividades que el festival tiene planeado. Para esto se hará uso de los medios de comunicación internos como el correo de la universidad, la página web, la emisora Univalle Stereo, el canal universitario, eventos masivos como las audiciones, en las que se pueden entregar volantes y por supuesto, el voz a voz, ese método tan antiguo, pero tan eficiente, debe ser tenido en cuenta a la hora de promocionar CINESPACIO.

EJECUCIÓN DEL EVENTO.

En este apartado se responderán algunas preguntas, sin embargo, la ejecución del evento, si bien no se trata de improvisar, más si de planear, es algo que fluye y que es muy difícil de estructurar, ya que a lo largo de los días que dure el evento, las eventualidades serán la orden del día y la habilidad de los organizadores para salirle adelante a los problemas será lo que construya el camino indicado, que muchas veces no es el que planeamos.

¿Qué hacer? Se debe ser muy organizados, tener horarios definidos, labores concretas para cada rol, jerarquías claras y límites precisos, no es bueno abarcar más de lo que podemos, conocer nuestros alcances nos asegura poder hacer las cosas de una mejor manera. No siempre más es sinónimo de mejor, a veces poco, pero bien hecho, es mejor que mucho y a medias.

¿Dónde hacerlo? Los espacios son más de intuición que de instrucción, encontrar el lugar indicado, dependerá en gran manera de las intenciones con las que desarrollemos el proyecto, tanto una sala de cine como la plaza de mercado, pueden ser el lugar preciso, todo depende de lo que queramos hacer, del público que queramos abarcar y de lo que queramos decir.

¿Cómo hacerlo? No se trata de improvisar, la planeación es primordial para que las cosas salgan bien, sin embargo, el estar abiertos a opciones o tener la capacidad de trabajar sobre la marcha, es una cualidad necesaria para poder llevar a cabo este proyecto, no hay un orden correcto de las cosas, siempre tenemos la opción de elegir, aun cuando nos equivoquemos, al final sabremos que aprendimos y de eso se tratan estas experiencias de aprender y mejorar cada vez.

¿Por qué? Esta pregunta es la precisa para cerrar este manual pues la respuesta, aunque suene romántica y dramática, solo la sabrán quienes le metan la pasión y la tenacidad a querer hacer realidad este tipo de proyectos, la cultura es una inversión a largo plazo, no es algo con lo cual se podrá sacar ganancias tangibles inmediatamente, sin embargo la satisfacción de la labor realizada y la oportunidad de hacer realidad una experiencia cultural para otros, le darán una clara respuesta del porqué se debe hacer esto. Aunque a veces, la respuesta solo será, por qué sí.

El cine es un trabajo complejo que reúne elementos de la pintura y la literatura... Uno no puede hablar de cine sin hablar de literatura, de teatro, de pintura y de música... Muchas artes se convierten en una sola. **Akira Kurosawa**



12. CONCLUSIONES

Las conclusiones aquí consignadas son el producto de la presente sistematización y se enmarcan dentro de la sistematización como campo de estudio, la gestión de la comunicación, la gestión financiera y los contenidos temáticos desarrollados por el Festival Internacional Universitario de Cine CINESPACIO.

- La sistematización de un proceso no puede hacerse por personas distintas a la que han ideado y desarrollado el proceso, es decir, la sistematización del Festival Internacional Universitario de Cine CINESPACIO, no pudo haber sido realizada por nadie más que sus propios actores, porque se pierde el valor informativo de la intimidad del proceso y estaríamos incursionando en el campo de la investigación acción participante y la etnografía.
- La sistematización como campo de estudio válido significativo en las ciencias sociales, es una forma apropiada para recuperar la autoestima en la generación de conocimiento propio y valorar las experiencias y procesos particulares como insumos donde encontramos elementos que nos facilitan conceptualizar la cotidianidad de la experiencia social y académica, para alejarnos del conocimiento extranjero y de las imprecisiones de contexto que, por lo general, ocasiona esa práctica intelectual.
- No basta con que las noticias sucedan, hay que crearlas. Esto no quiere decir que se opte por conductas no éticas en el manejo de la información, lo que se busca es romper con la cotidianidad de las agendas de los medios de comunicación, mediante eventos o sucesos que generen un impacto y transcendencia en el contexto local, regional o nacional, que logre captar la atención de la comunidad por su importancia, innovación y aporte. No es

suficiente, crear la noticia. Es necesario ejecutar de manera apropiada las relaciones con los medios de comunicación manteniendo el contacto e interacción frecuente con los periodistas y los directores de los medios para garantizar el cubrimiento informativo. El éxito de la obtención de los recursos financieros para un evento cultural, depende en gran medida de la capacidad para encontrarse frente a nuevos escenarios y personas, mantener la constancia e insistencia en la búsqueda y de generar vínculos que puedan constituir una ayuda fundamental dentro de la “presión de los pares”. Incursionar en la generación de propuestas y estrategias que satisfagan las necesidades y deseos de reconocimiento y posicionamiento que tienen las empresas e instituciones dentro de la comunidad. Buscar y aceptar la asesoría de conocedores académicos e intelectuales a nivel local y nacional para fortalecer y mejorar constantemente la calidad del proceso emprendido.

- La presencia en escenarios académicos y culturales de carácter nacional e internacional en la gestión de los invitados (ponentes) es crucial para proyectar a nivel local, regional y nacional, eventos y/o procesos del tipo del Festival Universitario de Cine CINESPACIO, realizados en ciudades consideradas provincias o intermedias. La motivación, el convencimiento e incluir el proceso como parte del proyecto de vida de los actores, se convierte en factor fundamental para soportar las adversidades, facilitan la continuidad y el constante crecimiento de los procesos culturales y artísticos. El trabajo en equipo, sustentado en la horizontalidad, la complicidad, la disciplina y la armonía de grupo, facilitan el desarrollo de habilidades individuales y proporciona ambientes de realización personal en sus integrantes.
- La Universidad del Valle debe asegurar la continuidad del proyecto a mediano y largo plazo, no solo por el enorme valor académico que representa el Festival para la institución, sino también por la amplia gama de posibilidades que podría brindar CINESPACIO para

las futuras generaciones de estudiantes y docentes que encontrarían en él un semillero de investigación y práctica de distintos saberes y habilidades propias de nuestra profesión y que la Escuela como educadora debería garantizar para una formación integral de sus futuros profesionales.

13. BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, C. (Dirección). (2015). *La Tierra y la Sombra* [Película].
- Aguilera Toro, C., & Polanco Uribe, G. (2009). *Rostros sin rastros: televisión, memoria e identidad*. Cali: Programa Editorial Universidad del Valle.
- Antoine, C. (s.f.). *Políticas Culturales y Formación en Gestión Cultural en Chile. El estado de la cuestión a propósito de la preparación de nuevos cuadros profesionales*. Santiago de Chile: 2003.
- Arbeláez, R. (2012). *Centro Virtual Isaacs*. Obtenido de <http://cvisaacs.univalle.edu.co/el-cine/>
- autores., V. (Dirección). (1988-2000). *Rostros y Rastros* [Película].
- Boorstin, D. (2008). *Los creadores*. Barcelona: Crítica.
- Borjas, B. (2003). *Metodología para sistematizar prácticas educativas: Por las ciudades de Italo Calvino*. Caracas: Federación Internacional de Fe y Alegría.
- Burch, N. (2003). *Praxis del cine*. Madrid: Fundamentos.
- Caballero, M., & Álvarez, T. (1997). *Los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*. Barcelona.
- Cali, A. d. (2017). *Cali en Cifras*. Obtenido de http://www.cali.gov.co/publicaciones/107143/cali_en_cifras_planeacion/
- Campo, O. (Dirección). (2008). *Yo soy otro* [Película].
- Canclini, N. G. (1989). *Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano*. México: Grijalbo.
- Cano, G., Bonet, L., Garzón, Á., & SCHARGORODSKY, H. (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Paris: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura.
- Capó, W. (2010). *La Sistematización de Experiencias: un método para impulsar procesos emancipadores*. Caracas: El perro y la rana.
- Cendales González, L., & Torres Carrillo, A. (15 de 04 de 2016). *Cepalforja*. Obtenido de http://www.cepalforja.org/sistem/documentos/lola_cendales-alfonso_torres-la_sistematizacion_como_experiencia_investigativa_y_formativa.pdf
- Chaverra, Y. (2010). Sin Fronteras 2010: Una arena pública para la independencia de los lugares comunes del cine. *Kinetoskopio: La revista para los que aman el cine.*, Volumen 20. No 92. ISSN 0121-3776.p.120.
- Colombia, M. d. (2015). *Colombia de Película: Nuestro cine para todos. Cartilla de Historia del Cine Colombiano*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Cartilla%20Historia%20del%20Cine%20Colombiano%202015.pdf>
- Cultura, M. d. (2014). TALLER DE GESTIÓN Y NETWORKING DE MUESTRAS Y FESTIVALES. . Cartagena.
- Cultura, M. d. (2017). *Convocatoria del FCD, Cuaderno Estímulos Automáticos*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Dorado, A. (Dirección). (2004). *El Rey* [Película].
- Duque Marquez, I., & Buitrago Restrepo, F. (2013). *La economía naranja: Una oportunidad infinita*. Banco iberoamericano de desarrollo.
- Festival de Cine de Cannes. (2018). *Festival de Cannes*. Obtenido de <https://www.festival-cannes.com/es/69-editions/history>
- FICG. (s.f.). Obtenido de Festival Internacional de cine de Guadalajara.: www.ficg.mx

-
- Freire, P. (2006). *Saberes necesarios para la práctica educativa*. México: Siglo veintiuno editores.
- García, Y. (2009). *Producción, coproducción, distribución y exhibición del cine Latinoamericano en América Latina y otras regiones*. La Habana: Observatorio del cine y el audiovisual Latinoamericano.
- Gutierrez, G. (2011). *Teoría y práctica de la gestión cultural*. La Habana: Ediciones Adagio.
- Hernando, M. (1978). *Historia del cine Colombiano*. Bogotá: América Latina.
- Jara, O. (2017). *La sistematización de experiencias: Práctica y teorías para otros mundos posibles*. CINDE.
- Jara, O. (s.f.). Tres posibilidades de la sistematización: comprensión, aprendizaje y teorización. *La piragua*, 129-135.
- John, N. (2010). *La economía creativa. Una guía introductoria*. Reino Unido: British Council.
- Lozano, M. (16 de Enero de 2015). *FICCI*. Obtenido de <http://ficcifestival.com/historia.php>
- Martinic, S., & Walker, H. (1987). *La Reflexión Metodológica en el Proceso de Sistematización de Experiencias de Educación Popular En Cadena, Félix y otros. La Sistematización en los Proyectos de Educación Popular*. Santiago: CEAAL.
- Ministerio de Cultura. (2008). *Ruta de apreciación cinematográfica*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Molina, L. (2009). *Gestión cultural: Comunicaciones, publicidad, conservación, la web 2.9, y las redes sociales para un nuevo enfoque de la acción cultural*. República Dominicana: Editora Nacional.
- Navia, O. R. (Dirección). (2008). *El vuelco del cangrejo* [Película].
- Olmos, H. A. (2008). *Gestión Cultural e identidad: claves del desarrollo*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Osorio, O. (Enero- Marzo, 2010). 2 Festival Internacional de Cine de Cali: Cali, la sucursal del cine. *Revista Kinetoskopio: La revista para los que aman el cine.*, Volumen 21. No 93. ISSN 0121-3776.p.112.
- Patrimonio Filmico. (2013). Obtenido de http://www.patrimoniofilmico.org.co/documentos/publicaciones/historia_del_cine_colombiano_fpf.pdf
- Peresson, M. (1996). Metodología de un proceso de Sistematización. Pasos Fundamentales del proceso de. En O. Jara, A. Torres, M. Zúñiga, J. Lehap, M. L. Peresson, E. González, . . . L. Cendales, *Sistematización de experiencias. Búsquedas recientes*. Bogotá: Dimensión Educativa. Obtenido de <http://www.dimensioneducativa.com/assets/aportes-44.pdf>
- Raúl, M. M. (2008). *La sistematización. Empodera y produce saber y conocimiento sobre la práctica*. Bogotá: Ediciones Desde abajo.
- Salazar, F. M. (2011). Corto, luego existo: breve descripción de la exhibición del cortometraje. *Revista Kinetoskopio: La revista para los que aman el cine.*, Volumen 21 No 94. ISSN 0121-3776.p.116.
- Sanderson, J. D. (2007). *Cine de autor*. Universidad de Alicante.
- Todorov, T. (2013). *Los abusos de la memoria*. Barcelona: Paidós.
- Torres, D. (2009). El cine colombiano: presente y futuro. Se consolida el Cine Colombiano. *Revista Número*, Separata Especial.
- Vega, W. (Dirección). (2012). *La Sirga* [Película].

Wilcox, D. (2001). *Relaciones públicas. Estrategias y tácticas*. Madrid: Editorial Pearson educación S.A.

14. ANEXOS

14.1 ANEXO 1 – MANIFIESTO

Cinespacio es un Festival que surge con el deseo de dar lugar a producciones audiovisuales que son de alguna forma negadas, no sólo por los medios de comunicación, sino por los escenarios del medio cinematográfico que prefieren dar visibilidad al cine anclado de la calidad técnica, narrativa. Busca generar un espacio a todas aquellas historias que construyen un discurso a cerca de la violencia, la guerra, la miseria, la injusticia, los marginados, los oprimidos y la precariedad en que tantas veces vivimos en el contexto latinoamericano; proyectos con un sentido unido al afán de hacer historia y de no callar.

Proponemos así Cinespacio como un festival que acoge un cine independiente, que quiere controvertir, un cine que grita y se niega a existir como simple “cine” y que prefiere pararse como un ente político, como un canal de desfogue, de luchas masivas y personales. Un cine que se hace herramienta de lucha en sí.

Damos prioridad por tanto a películas que abordan los temas que queremos tratar en cada una de nuestras versiones, y a aquellas que toman el cine como una herramienta inmediata de visibilización de un entorno en problema. Contrario a los grandes festivales internacionales, no nos guiaremos por la experiencia del equipo técnico o realizadores de los films, ni tampoco a los estándares de calidad. Buscamos narrativas que le apuesten tanto a visibilizar y dirigir, como a ser experimentales, abiertas y confusas. Buscamos grandes cámaras que den claras visiones fotográficas, de encuadre, foco y luz; así como aquellas que precarias, con dos pixeles de calidad, se aceleran a mil para no permitir ser calladas.

La sede principal es la Universidad del Valle en Cali y sus colaboradores son estudiantes de la Escuela de Comunicación social y gente de la comunidad interesados en dar a conocer arte independiente político. Creemos en el poder del arte, no sólo para entretener sino para participar, informar, inspirar y provocar un cambio social. En este sentido, proponemos también este espacio como un lugar de encuentro para debatir y dialogar y no sólo ejercernos como espectadores. Buscamos por ello que cada una de nuestras versiones traiga consigo encuentros teóricos - ponencias, mesas de diálogo, talleres, y demás - que profundicen la relación del cine con las sociedades, con la vida, y que se proponga como espacio crítico de la práctica artística, y de formación de unos realizadores audiovisuales comprometidos con su entorno.

14.2 ANEXO 2 - FORMATO DE CALIFICACIÓN

FORMATO DE CALIFICACIONES - EQUIPO DE CURADURIA - FESTIVAL CINESPACIO																		
	CURADOR(ES):				RONDA NO.				FECHA		PLATAFORMA Y PLAZA (Ej. Festhome, 1-89)				VERSIÓN DEL FESTIVAL Y TEMA		Tercera Versión. Sexualidades Géneros y Cuerpos.	
CORTOMETRAJES	Película	Director	Género	APLICA (SÍ O NO)	De 1 a 5 con decimales								PROMEDIO	SELECCIONADA (SÍ O NO)	TAGS (palabras claves - 3 mínimo)	Comentarios personales	Observaciones técnicas	
	Originalidad de la	Guión	Dirección	Fotografía	Arte	Montaje	Sonido	Investigación (sólo para										
	1																	
	2																	
	3																	
	4																	
	5																	
6																		

14.3 CRONOGRAMA

Cronograma – CINESPACIO -

Festival a realizarse durante cuatro días en el que se presentaran cortometrajes de ficción, documental, animación. Este cronograma se sugiera iniciar con 6 meses de anterioridad. Se sugiere mantener un miembro base para el área de producción con el fin de poder implementar cada año este modelo, aun cuando no se mantengan los mismos miembros del equipo, este miembro se

nombrará al finalizar cada festival en común acuerdo o por postulación voluntaria. El encargado deberá, entre otras cosas, ser quien convoque al equipo al año siguiente e inicie labores de pre producción

Cronograma

Convocatoria Equipo.	Pre-producción	Rodaje comercial	Convocatoria - Publicidad	FESTIVAL	Resultados
1 – 2 Semanas / Semestre Febrero - Junio	Febrero - Junio	-Marzo – 1 Semana	*Julio - Agosto	Septiembre / Octubre **	***Noviembre.

*Publicidad de convocatoria y del evento

** Dependiendo de la fecha del festival de cine de Cali. Buscar alianzas.

*** Se debe entregar informe a todos los aliados y apoyos.

Convocatoria del Equipo.

Quien sea encargado de llevar a cabo este cronograma, será quien inicie las labores de convocatoria.

1. Deberá convocarse una asamblea interna de la escuela con Docentes y estudiantes de todos los semestres y asignaturas con el fin de encontrar potenciales miembros del equipo.
2. Se leerán los perfiles de los miembros deseables para cada equipo.
3. Se aceptarán postulaciones
4. Se seleccionará un jefe de equipo.

5. Se definirán roles
6. Se definirán funciones.

Equipos	Miembros
Producción	4
Académico	3
Curaduría	6
Comunicaciones*	3
Logística**	10 - 20

*Un community manager, un diseñador y un encargado de prensa

** Pueden variar dependiendo de las necesidades de la operación.

Pre-producción

Durante esta etapa se llevarán a cabo reuniones periódicas del equipo con el fin de presentar avances a cargo de cada uno de los líderes. Además, se deberán desarrollar las siguientes actividades.

1. Cronograma del festival.
2. Presupuesto del festival
3. Contacto aliado – patrocinadores.
4. Contacto invitados.
5. Consecución de recursos económicos y en especie.
6. Propuesta visual del festival.

7. Propuesta del comercial.

Rodaje del comercial.

Para esta etapa se sugiere contar con el apoyo de los profesores de audiovisual y ex alumnos. Los equipos deberán solicitarse con tiempo suficiente al Centro de producción de la escuela. El rodaje se llevará a cabo en un plazo máximo de una semana durante la cual se realizarán labores de pre, pro y post producción; para lo cual se deberán dividir los roles como en cualquier rodaje, quienes participen en este proyecto deberán además contar con la póliza de seguro.

Convocatoria - Publicidad

Para la convocatoria se usarán medios como MOVIE BETA, las redes sociales y contacto directo con escuelas de cine y universidades donde se realicen proyectos audiovisuales cuyos parámetros de realización y producción se asemejen a los propuestos por el equipo en la convocatoria. Durante este tiempo se sugiere al equipo de comunicaciones realizar campaña de redes sociales y de free press, con el fin de dar difusión y generar expectativa acerca del desarrollo del festival.

FESTIVAL

En esta etapa se debe llevar a cabo el evento con los contratiempos propios del mismo pero con medidas de seguridad necesarias para evitar contratiempos en su libre desarrollo, la planeación hecha anteriormente debe garantizar que el festival se lleve a cabo a cabalidad y que los resultados sean óptimos. Se sugiere además realizar contenido audiovisual y estadístico acerca de la participación, apoyarse con fotografías, grabaciones de sonido y video, esto con el fin de dar salvaguardar las memorias del evento y contribuir a futuros procesos similares.

Resultados

Los resultados deben presentarse de manera creativa por medios digitales y en físico con firma de los productores, a las entidades, personas y organizaciones públicas y privadas, sin excepción, que hayan sido gestores o aliados estratégicos del mismo. El finalizar el proyecto con un informe adecuado, nos asegura continuidad en los procesos de producción y de alianzas para los futuros eventos.

14.4 ANEXO 3 – ENTREVISTAS

Entrevista articulada equipo CINESPACIO primer y segundo año.

Manuel Sendoya

Director de Comunicaciones CINESPACIO 2013

Productor Ejecutivo CINESPACIO 2014

¿Qué es CINESPACIO?

- Cinespacio es una apuesta de emprendimiento cultural de estudiantes de comunicación social de la Universidad del Valle, que nace con el fin de estimular el diálogo y encuentro entre amantes del séptimo arte de la ciudad de Cali y el país.

¿Cuál es el momento más relevante del proceso para usted y por qué?

- A mi parecer, el momento en que se trató de vincular la FAI al proyecto, pues al hablar de un proyecto de facultad donde convergen distintas disciplinas del pensamiento y las artes, enriquece de sobremanera un proyecto como este, el lograr abrirse a otras disciplinas significó darle mayor pluralidad y capacidad al festival de mirar hacia diferentes horizontes y además adquirir un equipo más eficiente y con un mayor margen de conocimientos en distintas áreas que a lo largo del proyecto fueron necesarias para su desarrollo.

¿Cuál es la importancia de un festival como CINESPACIO para la UNIVALLE??

- La universidad del valle nunca se ha caracterizado por el emprendimiento, más si por la investigación. Que una facultad de artes y no una de administración, busque emprender y que sean sus estudiantes los que gestionan un proyecto así, es de gran relevancia, especialmente porque se parte desde lo empírico, ya

que la carrera de comunicación no ofrece una clara orientación hacia la autogestión de esta clase de proyectos, por lo cual vale destacar la tenacidad y relevancia del festival dentro de la facultad y la universidad al poder utilizar su experiencia como una guía para futuras prácticas similares.

¿Qué le cambiaría y por qué?

- El horizonte, ya que, a futuro, este proyecto se ve demasiado centralizado en lo que es la universidad, hablando para sí misma y no extendiendo su influencia hacia el exterior, olvidar el principio de llevar el cine a lugares no comunes, sería negar la esencia del festival y limitarse a ser un simple cineclub.

¿Hacia dónde se imagina que va el festival en 10 años?

- El festival se puede proyectar como uno de los más importantes en su género a nivel nacional, eso sí, contando con un equipo preocupado por ofrecer un evento de calidad y claro, con el apoyo de la universidad.

¿Qué rescata de cinespacio en las primeras dos ediciones??

- El enorme esfuerzo del equipo por trabajar con los recursos mínimos con que se contaban.

¿En su criterio, qué necesita aportar la Universidad del Valle a CINESPACIO?

- Una guía y seguimiento más especializado desde los docentes y los administrativos, si bien es un emprendimiento de los estudiantes no hay que olvidar que aún son estudiantes y requieren de una guía.

María Fernanda Morales

Asistente de Producción CINESPACIO 2013

Coordinadora de logística CINESPACIO 2014

¿Qué es CINESPACIO?

- Cinespacio es un lugar de encuentro de estudiantes apasionados por el cine, es un lugar donde podemos descubrir y ver películas que quizás nunca más podamos volver a ver, es una posibilidad de mostrar nuestro trabajo y conocer el de otros.

¿Cuál es el momento más relevante del proceso para usted y por qué?

- La vinculación de las otras facultades en la construcción y desarrollo del evento. Es a través de este proceso que se lograron unificar distintos saberes capaces de construir un producto de calidad y digno de la Universidad del Valle.

¿Cuál es la importancia de un festival como CINESPACIO para la UNIVALLE??

- Al ser la Universidad un actor activo de la sociedad local y regional, es importante que dentro de esta se realicen e inciten actividades que ayuden a la construcción de ciudadanía y acompañen los procesos culturales que generan cambios positivos en el campo de influencia de la misma, partiendo de ella como epicentro y afectando no solo al estudiantado sino también a los habitantes de Cali y el valle.

¿Qué le cambiaría y por qué?

- La actitud austera de la universidad ante el proyecto, creo que se requiere de una inversión mayor y no solo de dinero, sino también en acompañamiento y apoyo conceptual de parte de los docentes.

¿Hacia dónde se imagina que va el festival en 10 años?

- Yo imagino un festival bonito, incluyente y capaz de abrir sus puertas a las diferentes apuestas audiovisuales que trae consigo las nuevas generaciones de realizadores y productores nacionales e internacionales.

¿Qué rescata de cinespacio en las primeras dos ediciones??

- Las ganas de sacar adelante el proyecto y el esfuerzo que todos le metimos desde el comienzo para hacer posible nuestro festival.

¿En su criterio, qué necesita aportar la Universidad del Valle a CINESPACIO?

- Plata y conocimiento.

María Alejandra Vahos

Productora General CINESPACIO 2013

¿Qué es CINESPACIO?

- Cinespacio es la respuesta a años de trabajo audiovisual de la escuela de comunicación social formando realizadores y creativos críticos. Es un primer paso hacia la consolidación de públicos locales que sean consumidores de cine de calidad. Es además un espaldarazo a los estudiantes que quieren dar a conocer sus trabajos y que gracias a la academia cuentan con los recursos para crear y dar vida a proyectos maravillosos y que a través de cinespacio ahora además podrán encontrar un lugar digno de su divulgación.

¿Cuál es el momento más relevante del proceso para usted y por qué?

- El comienzo, ya que es un momento de tropezar muchas veces y levantarse, pudimos habernos quedado quietos después del primer obstáculo, pero

decidimos seguir. ahí yace la mayor fortaleza, las ganas de ver el proyecto como una realidad.

¿Cuál es la importancia de un festival como CINESPACIO para la UNIVALLE??

- Esta es una pregunta que quizás nos tome algo de tiempo responder ya que el impacto del proyecto solo será cuantificable en la posteridad, sin embargo, de lograr concretarse de la forma en que está proyectado creo que su importancia se extenderá inclusive por fuera de la Universidad.

¿Qué le cambiaría y por qué?

- No le cambiaría nada, más bien fortalecería los logros que ya se han concretado, me concentraría en lo que hay y en lograr que esto sea perfeccionado.

¿Hacia dónde se imagina que va el festival en 10 años?

- CINESPACIO podrá ser el lugar obligado para los nuevos y consagrados realizadores nacionales e internacionales, dentro de circuito alternativo de festivales. Será ese momento del año que todos esperan con ansia y que nadie se querrá perder.

¿Qué rescata de cinespacio en las primeras dos ediciones??

- La entereza del equipo del trabajo y el compromiso de cada uno con los objetivos planteados dentro de cada departamento.

¿En su criterio, qué necesita aportar la Universidad del Valle a CINESPACIO?

- El acompañamiento; pienso que esto es vital y que ahora que se está empezando es cuando más se necesita, porque siempre que se emprende algo, se corre el riesgo de que no funcione, es ahí donde la Universidad debe actuar y evitar que este proyecto tan bonito se pierda.

Oscar Marino Ordoñez

Coordinador Académico CINESPACIO 2014

¿Qué es CINESPACIO?

- Es un festival estudiantil de cine, que pretende incluir en su programación académica y audiovisual a aquellas producciones independientes que buscan su lugar en el ámbito cinematográfico.

¿Cuál es el momento más relevante del proceso para usted y por qué?

- La conceptualización y selección de la temática del evento. Este momento es clave pues en la sociedad actual es cada vez más difícil atraer al público a experiencias que se encuentren fuera del circuito maestreo, teniendo en cuenta esto, la vida del festival depende de una minuciosa investigación que permita

encontrar aquel topic que podría interesar a los asistentes y que garantice su participación a lo largo del evento.

¿Cuál es la importancia de un festival como CINESPACIO para la UNIVALLE??

- Es importante por cuanto nació y se gestó en ella, es decir el festival es lo que es, por UNIVALLE, sería muy difícil pensarse un evento similar en un lugar donde la academia funcionará de manera distinta, en este orden de ideas, la importancia radica principalmente en que cada engranaje de la maquinaria del festival, es el resultado del trabajo de la institución con sus estudiantes.

¿Qué le cambiaría y por qué?

- El poco interés que tiene la universidad o al menos el que demuestra ya que la burocracia que existe en la institución entorpece el libre desarrollo del proyecto.

¿Hacia dónde se imagina que va el festival en 10 años?

- Sin un apoyo real, diría que CINESPACIO podría desaparecer. Además del poco interés demostrado por algunos estudiantes, se suma la baja participación del profesorado y hasta la negativa de algunos para permitir a los estudiantes participar.

¿Qué rescata de cinespacio en las primeras dos ediciones??

- El contenido académico ha sido un punto clave a lo largo de los dos años del evento, los invitados han atraído no solo a amantes del cine sino también a estudiantes de diferentes áreas de las ciencias sociales a querer participar de los paneles y discutir las temáticas abordadas lo que ha permitido que el aprendizaje sea nutrido. Del mismo modo, ha aportado a la producción pues ha sido gracias a esto que muchas entidades y la misma universidad han querido ser partícipes del festival y apoyar económica y conceptualmente.

¿En su criterio, qué necesita aportar la Universidad del Valle a CINESPACIO?

- Como dije anteriormente, la universidad debe empoderarse del evento y no dejarlo de lado, tal vez en este momento no es claro la ganancia que la misma tiene con este proyecto, pero lo que sí sabemos es que, si el evento dejará de existir, la pérdida sería enorme.

Walter Crespo

Coordinador de Redes Sociales CINESPACIO 2013-2014

¿Qué es CINESPACIO?

- Cinespacio es el llamado a la comunidad Univalluna para volver a mirar a la escuela de comunicación social, como una donde se gestan grandes proyectos culturales de impacto nacional.

¿Cuál es el momento más relevante del proceso para usted y por qué?

- La inclusión de la comunidad en este proyecto. Al olvidar esa idea de que el cine independiente es difícil de leer y que son pocos los consumidores, se abre múltiples puertas para que el festival tenga la relevancia que requiere. Encontrar nuevos públicos potenciales no solo magnifica el impacto del proyecto, sino que podría garantizar la participación a futuro de nuevos asistentes y el interés generalizado de una comunidad que se construya en torno al proyecto.

¿Cuál es la importancia de un festival como CINESPACIO para la UNIVALLE??

- Al ser una Universidad pública creo que la mayor importancia radica en la labor social que se podría vincular al proyecto del festival. La formación de públicos no debe verse sólo como parte del proyecto en aras del consumo cultural, sino también como una oportunidad para integrar distintos sectores sociales de la comunidad en pro de un mismo interés.

¿Qué le cambiaría y por qué?

- No le cambiaría nada, tal vez buscaría articularlo a otros proyectos más consolidados con el fin de darle un mayor impacto a su labor.

¿Hacia dónde se imagina que va el festival en 10 años?

- CINESPACIO puede llegar a ser un evento relevante en el campo cinematográfico nacional para los realizadores audiovisuales. Con un trabajo fuerte, puede ser además un actor influyente en el ámbito cultural y un referente para distintos proyectos de gestión cultural.

¿Qué rescata de cinespacio en las primeras dos ediciones??

- La aceptación del público, las ganas de la gente por conocer del proyecto y hacer parte de él y el interés del festival por recibir a todos los públicos.

¿En su criterio, qué necesita aportar la Universidad del Valle a CINESPACIO?

- Espacios para vincular al resto de la universidad, el evento podría ser la nueva feria del libro, podría generar el mismo interés y participación.

David Páramo

Departamento de Diseño y Publicidad CINESPACIO 2013-2014

¿Qué es CINESPACIO?

- Cinespacio es una fiesta audiovisual, es un momento del año en que podemos hablar, vivir y respirar cine las 24 horas del día.

¿Cuál es el momento más relevante del proceso para usted y por qué?

-
- La curaduría, poder descubrir nuevos talentos y nutrirse de las diferentes formas de ver la vida. Además, al ser un evento de talla internacional y contar con participantes de todo el mundo, el aprendizaje es mayor.

¿Cuál es la importancia de un festival como CINESPACIO para la UNIVALLE??

- Es importante porque puede ser un espacio de transición para aquellos que les interesa el audiovisual, la producción, la gestión y el periodismo cultural. Es probable que sea un primer acercamiento a este mundo y una experiencia enriquecedora para el futuro de los estudiantes y que mejor que sea la misma universidad la que garantice esta oportunidad para los estudiantes.

¿Qué le cambiaría y por qué?

- El nombre, creo que podría ser algo un poco más llamativo.

¿Hacia dónde se imagina que va el festival en 10 años?

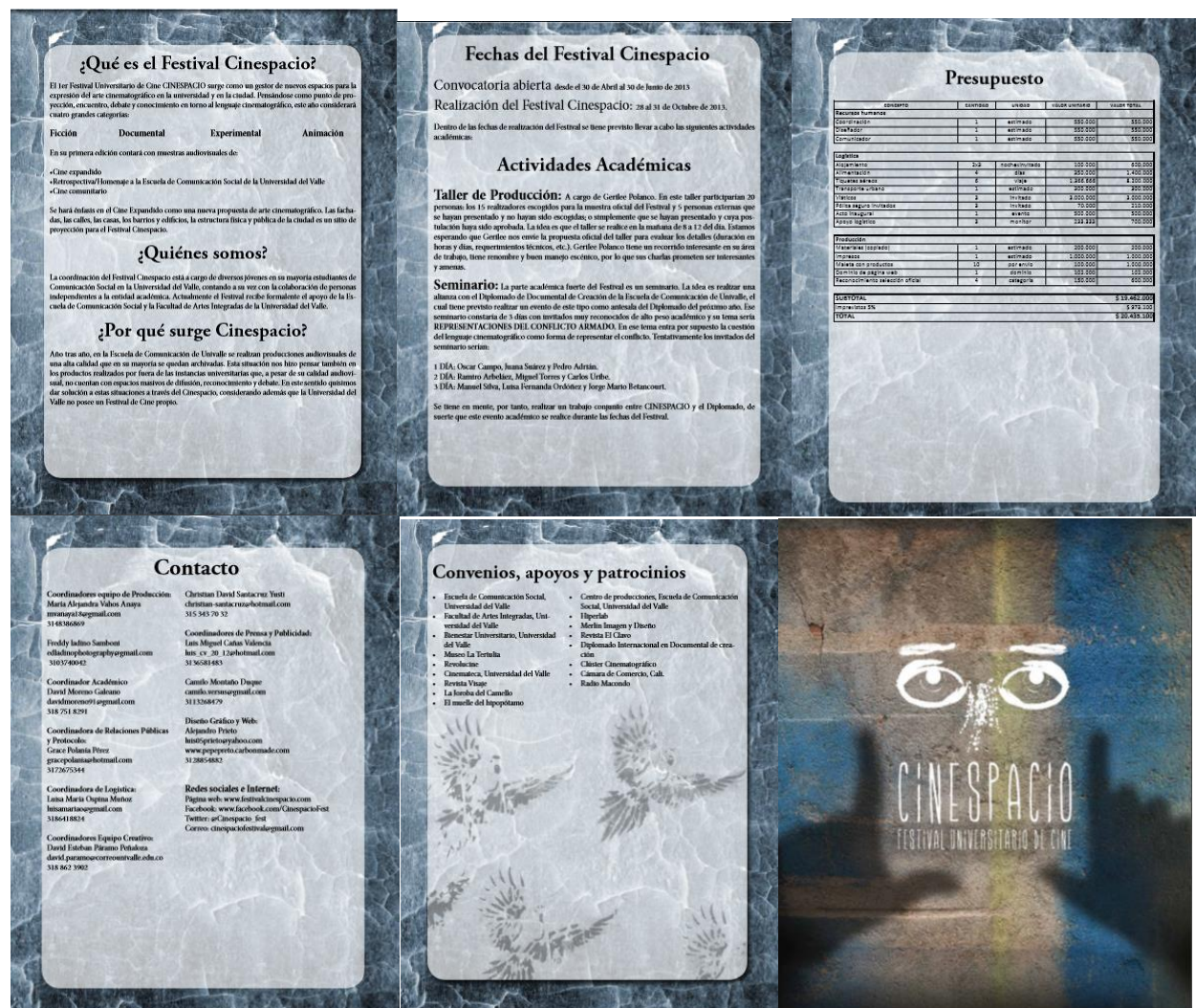
- Va a ser el evento de cine más importante de la ciudad, podría incluso llegar a generar más interés que el mismo FICCALI.

¿Qué rescata de cinespacio en las primeras dos ediciones??

- El trabajo en equipo de la producción ya que en un momento todos hicimos de todo, quizás a futuro esto sea necesario de pensarse por cuanto se deben articular y fortalecer los diferentes departamentos para que funcione mejor, en principio fue importante porque no dejamos morir a nadie, todos nos vinculamos al festival en cuerpo y alma y contamos con el apoyo de cada uno para hacer el evento una realidad.

¿En su criterio, qué necesita aportar la Universidad del Valle a CINESPACIO?

- Plata y dejar de verlo como un hijo feo y empezar a pensar lo que la universidad puede ganar a largo plazo con el proyecto.



Fruto de una iniciativa estudiantil de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle, CINESPACIO es organizado y dirigido anualmente por un grupo interdisciplinar de estudiantes de distintos programas académicos de la Facultad de Artes Integradas. Asimismo, contamos con el apoyo de docentes, productores, realizadores, colectivos e instituciones vinculadas al mundo cinematográfico de la ciudad. Cada año, CINESPACIO se realiza durante cinco días del mes de octubre, en la ciudad de Cali, Colombia.

CINESPACIO 2014: CIUDADES INVISIBLES

“Quizás una ciudad sea una cosa viva”, reflexiona Neil Gaiman, “una colección de vidas y edificios [...] cada una con su propia personalidad”. Posiblemente así es, una entidad orgánica, mestiza y compleja. Complejo del latín *Complexus: aquello que está entrelazado*. Este año, en su segunda edición, el Festival Internacional Universitario de Cine, CINESPACIO, se pregunta por el intrincado y cambiante mundo de lo urbano. Los innumerables seres, espacios, historias y puntos de vista que al revelarse hacen visible los mil rostros de las ciudades. Siguiendo los pasos de un niño hacia la tienda, tras el parpadeo de una cortina que se cierra, entre las esquinas y las copas de un bar... Tal vez hay una pequeña síntesis de la compleja personalidad de cada urbe en sus partes más minúsculas. Como el ADN que está inscrito en cada célula del cuerpo.

BASES DE LA CONVOCATORIA

- 1.- El 2º Festival Internacional Universitario de Cine CINESPACIO, organizado por la Universidad del Valle, se realizará entre los días 27 y 31 de octubre de 2014. La actual convocatoria es efectiva entre el 23 de mayo y el 23 de julio del presente año.
- 2.- La convocatoria está abierta para cortometrajes de *ficción, documentales, experimentales y animaciones* (de cualquier género) nacionales e internacionales.
- 3.- Todas las producciones deben haber sido terminadas después del 1 de enero de 2013 y tener una duración máxima de 30 minutos.
- 5.- No se aceptarán trabajos publicitarios, videos institucionales, reportajes periodísticos o cortometrajes que violen la ley de exhibición colombiana.
- 6.- No se aceptarán trabajos que hayan participado en versiones anteriores del Festival.
- 7.- No hay límite en la cantidad de títulos que puede registrar un mismo realizador o entidad productora, siempre y cuando cumpla con las condiciones de la presente convocatoria.
- 8.- La programación del Festival CINESPACIO se compone de varias *secciones no competitivas*. Los filmes seleccionados y programados serán incluidos en la sección que el Comité de Curaduría considere apropiado.
- 9.- La inscripción de películas al Festival es gratuita. El realizador que detente los derechos deberá diligenciar, antes del 23 de julio de 2014, el Formulario de Inscripción disponible en la página web del Festival: www.festivalcinespacio.com y [FESTIVAL CINESPACIO UV](http://FESTIVAL.CINESPACIO.UV), y enviar su propuesta mediante cualquiera de las siguientes dos opciones:

A. Correo Físico

Enviar un sobre dirigido a “*II Festival Internacional Universitario de Cine - CINESPACIO*”, que contenga:

- Formulario de inscripción debidamente diligenciado y **firmado** (puede descargarlo en la página web del Festival). Una vez firmado, este documento tendrá el carácter de declaración jurada y en ella constará que conoce y acepta las bases de esta convocatoria.
- Dos (2) copias en DVD de la pieza concursante en la mejor calidad posible. La copia de la película debe estar hablada o subtitulada al español. Los DVDs deben estar correctamente rotulados con el título del film, el nombre del director, duración, subtítulo (si tuviese) y una dirección de contacto.
- Un (1) DVD que contenga tres (3) imágenes en alta resolución, promocionales de la pieza concursante, así como el trailer de la película en alta calidad.
- Sinopsis oficial, biografía y filmografía del director, listado de créditos técnico y artístico completo.
- Fotocopia del registro del guion o de la solicitud del registro del guion, expedida por la Dirección Nacional de Derechos de Autor.
- Fotocopia del documento de identidad del concursante.

El sobre deberá ser remitido a la siguiente dirección de Cali, Colombia:

Cll 13 # 100 - 00

Universidad del Valle sede Meléndez

Edificio 383

Escuela de Comunicación Social

Centro de Producciones

B. Sistema de transferencia de archivos

Presentar la pieza concursante al Festival Internacional Universitario de Cine CINESPACIO en las plataformas Festhome.com, Clicforfestivals.com o Movibeta.com, en la mejor calidad posible. La película debe estar hablada o subtitulada al español.

Además, enviar a cinespaciofestival@gmail.com (Asunto del correo: Participación CINESPACIO 2014 - “*Nombre del filme y director*”), los siguientes documentos:

- Tres (3) imágenes en alta resolución, promocionales de la pieza concursante, además del link del trailer de la película en alta resolución.
- Escaneado del registro del guion o de la solicitud del registro del guion, expedida por la Dirección Nacional de Derechos de Autor.
- Escaneado del documento de identidad del concursante.
- Sinopsis oficial, biografía y filmografía del director, listado de créditos técnico y artístico completo.

ATENCIÓN: Antes de alojar la pieza en la red, se recomienda a los participantes revisar los términos y condiciones que impone Festhome, Clickforfestivals y Movibeta a los usuarios en sus plataformas. Usando estas plataformas usted estará aceptando las Bases de la presente convocatoria.

11.- La inscripción de la película no será considerada válida si tanto la ficha de registro de Festhome, Clickforfestivals o Movibeta, y el Formulario de inscripción, no se llenan en su totalidad, y si no se recibe el link de la copia de visionado en las fechas estipuladas. Las películas deberán haber sido inscritas vía online antes del 23 de julio de 2014, sin excepción. El Comité de Curaduría no está obligado a ver películas inscritas fuera de los términos acordados en este reglamento.

12.- Una vez inscrita y seleccionada para participar, la película no podrá ser retirada de la programación del Festival.

13. **IMPORTANTE.** Con la participación en esta convocatoria, se autoriza el uso de la obra y sus imágenes para la divulgación y publicación en medios impresos y/o digitales, por parte de la organización del Festival. Los derechos de los archivos enviados permanecerán en propiedad del autor. Asimismo, se acepta ceder los derechos de exhibición de las piezas audiovisuales para su proyección en las fechas del Festival a CINESPACIO PRODUCCIONES. Las piezas seleccionadas entrarán a hacer parte de la Videoteca del Festival y CINESPACIO PRODUCCIONES podrá hacer uso de ellas para futuros eventos de difusión cinematográfica, organizados por el mismo, siempre sin ningún tipo de ánimo de lucro.

14. El Festival no pagará *screening fees* a los realizadores de las piezas audiovisuales.

15.- El Festival no se hará cargo en ningún caso del pago de derechos de aduana de los materiales enviados, en caso en que estos quedaran retenidos.

16.- Ninguno de los materiales enviados vía Correo Físico, para ser presentados en la selección, será retornado.

17.- En caso de no recibir el trailer del filme, El Festival podrá utilizar fragmentos del mismo con fines promocionales, que no superen el 10% de la duración total del trabajo. Si los fragmentos no estuvieran disponibles por parte del productor del filme, el Festival podrá copiar uno o más fragmentos del film para ser utilizados con fines promocionales durante el Festival.

18.- Con el objetivo de difundir la programación y cada uno de los filmes seleccionados, el Festival podrá utilizar fotos y clips digitales (de menos de 3 minutos) de las películas en su sitio de Internet.

19.- El armado de la programación, fechas y horarios de proyección de cada película son decisión de la Organización del Festival.

20.- La inscripción en el Festival supone la aceptación del presente reglamento. Cualquier conflicto (de organización o de funcionamiento) no previsto en el presente reglamento será resuelto por la Organización del Festival.

21.- Las piezas que no cumplan con los requisitos y la documentación exigida, serán excluidas del Proceso de Selección.

14.7 ANEXO 6 - FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

Formulario de Inscripción
II FESTIVAL INTERNACIONAL UNIVERSITARIO DE CINE CINESPACIO
CINESPACIO Festival Registration Form

Información de la Pieza Concursante / Film Contestant's Information

Categoría / Category: Ficción/Fiction____ Documental/Documentary____
Experimental____ Animación/ Animation____

Nombre de la pieza audiovisual / Film's title: _____

Nombre del director / Director's name: _____

Año de realización / Release date: _____

País de origen del proyecto / Country: _____

Idioma (Lengua original de la pieza) / Language (Original film's language): _____

Duración (horas:minutos:segundos) / Duration (hours:minutes:seconds): _____:_____:_____

Storyline (Incluya una breve descripción de la pieza audiovisual) / (Write a small description of the film):

Información del Participante / Competitor information

Tipo de persona concursante (Escoja una opción y complete la información respectiva) / Type of contestant person (Choose an option and complete the respective information):

Persona Natural / Natural person____ Persona Jurídica / Legal entity____

Nombre de la persona natural / Natural person's name:

Apellidos / Last names: _____

Nombre / Name: _____

1

14.8 ANEXO 7 – PRESUPUESTO

Presupuesto 1er Festival de Cine Universitario Cinespacio - 2013				
Escuela de comunicación social - Universidad del Valle				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Recursos humanos				
Diseñador	1	estimado	550.000	550.000
Comunicador	1	estimado	550.000	550.000
Fotógrafo y camarógrafo	2	monitor	200.000	400.000
Apoyo producción	2	monitor	200.000	400.000
Apoyo técnico	2	monitor	200.000	400.000
Apoyo logístico	5	monitor	200.000	1.000.000
Logística				
Alojamiento	4	noche	100.000	400.000
Alimentación	4	días	350.000	1.400.000
Tiquetes aéreos México-Colombia	2	viaje	1.356.500	2.713.000
Tiquetes aéreos Bogotá-Cali	2	viaje	89.765	179.530
Transporte aeropuerto	4	viaje	40.000	160.000
Transporte urbano producción	1	estimado	600.000	600.000
Honorarios	2	invitado	1.000.000	1.000.000
Póliza seguro invitados	2	invitado	70.000	140.000
Producción				
Lanzamiento Festival	1	evento	400.000	400.000
Publicidad Lanzamiento	1	estimado	200.000	200.000
1era impresión	1	estimado	158.000	158.000
2da impresión	1	estimado	842.000	842.000
Materiales (copiado)	1	estimado	200.000	200.000
Impresos	1	estimado	1.000.000	1.000.000
Correos, comunicaciones e insumos	1	estimado	500.000	500.000
Auditorios	1	estimado	2.000.000	2.000.000
Ayudas audiovisuales	1	estimado	1.500.000	1.500.000
Costos producción	1	estimado	1.600.000	1.600.000
Maleta con productos	10	por envío	100.000	1.000.000
Dominio de página web	1	dominio	102.000	102.000
Diseño página web	1	página	700.000	700.000
Diseño imagen festival	1	estimado	200.000	200.000
Reconocimiento selección oficial	4	categoría	150.000	600.000
SUBTOTAL				
				\$ 20.894.530
Imprevistos 5%				\$ 1.044.726
TOTAL				\$ 21.939.256

14.9 ANEXO 8 - DOSSIER AÑO 2

14.10 ANEXO 9 - PLAN FINANCIACIÓN

Plan de Financiamiento					
Proyecto:		Festival Cinespacio			
Gestor:		Escuela de comunicación social de la Universidad del Valle			
Coordinador:					
Fecha:					
Gran Total		\$ 21.939.256			
Fuentes de Financiamiento		%	Valor	Confirmado	No confirmado
<u>Preproducción</u>					
Universidad del Valle	Recursos Humanos	15%	\$3.300.000	x	
Escuela de Comunicación Social	Lanzamiento Festival	1.8%	\$400.000	x	
Escuela de Comunicación social	Publicidad Lanzamiento	0.9%	\$200.000	x	
Escuela de Comunicación social	Dominio página web	0.46%	\$102.000	x	
Escuela de Comunicación Social	Diseño página web	3.19%	700.000	x	
Escuela de Comunicación Social	Diseño imagen festival	0.9%	200.000	x	
Escuela de Comunicación social	Póliza de seguros invitados	0.63%	\$140.000	x	
Escuela de Comunicación Social	1° Impresos-publicidad	0.72%	\$158.000	x	
Videoteca Centro Cultural	Tiquetes aéreos México-Colombia	12.3%	\$2.713.000	x	
Secretaría de cultura y turismo - Industrias Culturales	Tiquetes aéreos Bogotá-Cali	0.81%	\$179.530		x
<u>Producción</u>					
Universidad del Valle	Auditorio	9.1%	\$ 2.000.000	x	
Universidad del Valle	Ayudas audiovisuales	6.83%	\$ 1.500.000	x	
Universidad del Valle	Costos producción	7.29%	\$ 1.600.000		x
Universidad del Valle	Correos, comunicaciones e insumos	2.2%	\$ 500.000		x
Secretaría de cultura y turismo - Industrias Culturales	Alojamiento	1,8%	\$400.000		x
Secretaría de cultura y turismo - Industrias Culturales	Alimentación invitados	3.86%	\$1.400.000		x
Secretaría de cultura y turismo - Industrias Culturales	Transporte urbano producción	2,7%	\$600.000		x
Videoteca Centro Cultural	Transporte aeropuerto	0.77%	\$160.000	x	
Secretaría de cultura y turismo - Industrias Culturales	Honorarios	4,6%	\$1.000.000		x
Videoteca Centro Cultural	Materiales (copiado)	0,9%	\$200.000	x	
Secretaría de cultura y turismo - Industrias Culturales	2° impresión	3,8%	\$842.000		x
Secretaría de cultura y turismo - Industrias Culturales	Impresión Festival	4.6%	\$1.000.000		x
Secretaría de cultura y turismo - Industrias Culturales	Reconocimiento selección oficial	2,7%	\$600.000		x
<u>Post producción</u>					
Secretaría de cultura y turismo - Industrias Culturales	Maleta con productos	4,6%	\$1.000.000		x
SUBTOTAL		94.7%	\$20.894.530		
Imprevistos		5%	1.044.726 \$		
TOTAL		100%	\$ 21.939.256		

14.11 ANEXO 10 - AFICHE CINESPACIO 1



14.12 ANEXO 11 - AFICHE CINESPACIO 2



14.13 ANEXO 12- ALGUNAS CIFRAS 2013 - 2014



4 DÍAS DE PROGRAMACIÓN

13 PAÍSES *(selección oficial)*

*Colombia
España
Venezuela
Perú
Brasil
Francia
Argentina
Italia
México
Suiza
Bélgica
Chile
Estados Unidos*

49 obras de selección oficial

5 Actividades Paralelas

Totalmente Gratuito

www.festivalcinespacio.com
Organiza: Sinpresupuesto producciones
Mail: cinespaciofestival@gmail.com - Twitter: @Cinespacio_fest - Facebook: FestivalCinespacio

INFORME PROYECCIÓN CINESPACIO 2014

En cada una de los espacios se presentó al inicio el comercial del Festival y un pequeño video de cierre. Ambas piezas presentaron a los organizadores y patrocinadores. El personal de producción y curaduría se distribuyó para llevar el equipo técnico y el material audiovisual.

LUNES 27 DE OCTUBRE

Entrada del barrio Petecuy, espacio cultural del Grupo Biblioguetto

Hora: 9:00 a.m. – 10:30 a.m.

Número aprox. de asistentes:

Comentarios: A causa de una mala organización del evento por parte del Grupo Biblioguetto, las proyecciones se realizaron con una pésima calidad de sonido.

Inauguración. Universidad del Valle, Sede Meléndez. Ext. edificio Ágora

Hora: 6:30 p.m. – 9:00 p.m.

Número aprox. de asistentes: 50 personas.

Comentarios: El evento se realizó con normalidad, se realizaron las proyecciones en paralelo a la construcción de un mural a manos de los grafiteros RAS y Se proyectaron fotografías de los estudiantes del Taller de Imagen de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle. Se presentó además un baile acrobático en telas por parte de...

MARTES 28 DE OCTUBRE

CINEMATEC

Hora: 4:00 p.m. – 5:30 p.m.

Número aprox. de asistentes: 30 personas

MIÉRCOLES 29 DE OCTUBRE

Estación MIO Unidad Deportiva

Hora: 6:30 p.m. – 8:30 p.m.

Número aprox. de asistentes: 30 personas.

Comentarios: La cifra de los espectadores es variable debido a que la estación es un espacio de tránsito. Por tanto el número fluctuaba con la hora y según la película proyectada. Se contó con buena calidad de imagen y de sonido.

Universidad del Valle, Plazoleta de Banderas.

Hora: 7:00 p.m. – 8:30 p.m.

Número aprox. de asistentes: 70 personas.

Comentarios: El espacio estuvo concurrido por estudiantes de distintas facultades, así como personas ajenas al campus universitario. No hubo ningún problema de sonido o de imagen.