

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

Único formato aceptado por la Facultad

IMPRIMA ESTA HOJA Y DILIGÉNCIELA A MANO PARA ADJUNTARLA A SU PROYECTO

Director de Diseño de Proyecto: _____

Aceptación del Director Diseño Proyecto: _____

Fecha: _____ **Aprobación:** _____

Aceptación Comité Curricular:

Nombre y Firma:

Identificación del proyecto

Nombre (s) y Énfasis Profesional:
José Luis Donado Rangel Karen Margarita Visbal Barrios Estudiantes de Comunicación Social
Tema: La dimensión cultural en los medios de comunicación
Tipo de trabajo: Monográfico: ____ Producción: X__
Director de trabajo de grado sugerido por Usted: Miguel E. Garcés Prettel
Título provisional: La televisión de Cartagena y las identidades locales

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Título:

LA TELEVISION DE CARTAGENA Y LAS IDENTIDADES CULTURALES.

Tema:

LA DIMENSIÓN CULTURAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Investigadores:

José Luis Donado Rangel

Karen Margarita Visbal Barrios

Programa académico: Comunicación Social

Institución a la que pertenece el proyecto: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR.

Facultad: **CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS**

Tipo de investigación: Mixta.

Director de trabajo de grado: Miguel E. Garcés Prettel.

Dirección: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR, Cartagena.

Núcleo de Investigación donde se ubica: Comunicación y participación social.

Lugar de ejecución del proyecto. Cartagena, Departamento, Bolívar

Departamento, Bolívar.

Ciudad: Cartagena

Duración del proyecto (en meses): 4 meses.

Tipo de financiación solicitada: Menor cuantía.

Descriptor palabras claves: Cultura, televisión, consumo cultural, industrias culturales, identidades culturales.

LA TELEVISIÓN DE CARTAGENA Y LAS IDENTIDADES CULTURALES

JOSÉ LUIS DONADO RANGEL
KAREN MARGARITA VISBAL BARRIOS

Proyecto presentado como requisito para optar al título de
Comunicador social

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA D.T. y C.

2011

LA TELEVISIÓN DE CARTAGENA Y LAS IDENTIDADES CULTURALES

JOSÉ LUIS DONADO RANGEL

KAREN MARGARITA VISBAL BARRIOS

Director trabajo de grado:

MIGUEL E. GARCÉS PRETTEL

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARTAGENA D.T. y C.

2011

AGRADECIMIENTOS

“Agradezco a mi Dios por ser mi guía y porque nunca me ha desamparado. A mi madre por ese amor incondicional y por cada uno de los sacrificios que ha hecho para hacerme un profesional y una persona íntegra. A mi padre porque desde niño estuvo conmigo brindándome todo su afecto y aportando en mi formación. A mi hermana porque ha sido mi amiga, siempre me ha escuchado y ha estado conmigo en momentos tristes y alegres. A la memoria de mi abuelo Víctor Rangel porque desde niño me dejó como legado el gran valor de la honestidad y del amor por la familia”

“A mi asesor de tesis Miguel Garcés porque siempre estuvo dispuesto a asesorarme y a aportarme las mejores ideas para llevar a cabo esta investigación, a mi compañera Karen Visbal por todo este tiempo que trabajamos juntos que fue muy enriquecedor”.

“A la Universidad Tecnológica de Bolívar y a todo el cuerpo de docentes que me brindaron sus conocimientos y experiencias durante el transcurso de mi carrera”.

¡Muchas gracias!

José Luis Donado Rangel

Agradezco a Dios, por tantas bendiciones y darme la fortaleza para salir adelante con esta investigación; a mi madre por ser mi motor, mi gran apoyo y por contribuir enormemente a la oportunidad que tuve para educarme; a mi padre, a quien no pude complacer para que viera en mí un médico, pero sí una comunicadora social y una luchadora incansable que siempre perseguirá sus sueños... a mis hermanos, por cuidarme siempre; a J.P. por ser tan especial e incondicional conmigo...

A mi querido asesor de tesis, Miguel Garcés, por acompañarme en este duro, pero satisfactorio proceso, porque siempre estuvo dispuesto a colaborar conmigo incondicionalmente con gran dedicación; a mi profesor Julio Gómez, por sus sabias enseñanzas que siempre llevaré conmigo en esta nueva etapa de mi vida. A José Donado por su paciencia y tolerancia, y a todas las personas que estuvieron prestas a colaborar conmigo y que de cierta forma se sumaron a este proyecto.

¡Una vez más, mil gracias!

Karen Visbal.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
Introducción.....	10
1. Planteamiento de problema.....	12
1.1. Pregunta problema.....	15
2. Justificación.....	16
3. Impacto.....	17
4. Objetivos.....	18
4.1. Objetivo general.....	18
4.2. Objetivos específicos.....	18
5. Marco teórico y estado del arte.....	19
5.1. Marco de referentes teóricos.....	19
5.1.1. Concepto de cultura.....	19
5.1.2. Industrias culturales.....	22
5.1.3. Identidad cultural.....	24
6. Estudios y experiencias anteriores.....	25
6.1. Estudios y experiencias a nivel regional y nacional.....	26
6.2. Estudios y experiencias a nivel internacional.....	26
7. Marco referente legal.....	29
7.1. Plan de desarrollo económico, social y de obras públicas del distrito turístico y cultural de Cartagena 2008-2011, Por una sola Cartagena.....	29
7.2. Plan nacional de desarrollo 2010-2014: Prosperidad para todos.....	31
8. Metodología.....	33
8.1. Naturaleza y tipo de investigación.....	33
8.2. Técnicas e instrumento.....	33
8.3. Muestra.....	34

9. Resultados.....	35
9.1. Concepto de identidades culturales aplicado a nivel local, caso Cartagena de Indias.....	35
9.1.1. Significado de identidades culturales dentro de la memoria histórica y la televisión local.....	35
9.1.2. Discusiones sobre el concepto de identidades culturales desde lo local.....	36
9.1.3. La situación actual del canal Cartagena, en cuanto a la relación que tiene con la memoria histórico-cultural de la ciudad.....	38
9.2. El papel de los medios de comunicación local en la construcción de identidad cultural y memoria histórica: Estudio de caso canal Cartagena.....	39
9.2.1. Las tendencias de la programación del canal Cartagena con relación a los rasgos histórico-culturales locales.....	39
9.2.1.1. La mirada de los actores y coordinadores del canal.....	39
9.3. Análisis de la parrilla de programación del Canal Cartagena.....	43
10. Conclusiones y líneas futuras de investigación.....	49
Bibliografía.....	52
Anexos.....	55

INTRODUCCIÓN

La alianza cultura y televisión manifiesta poca importancia dentro de los medios masivos de comunicación en Colombia específicamente en la televisión. Son muchos los canales que actualmente se encuentran al aire y es claro que su principal finalidad es ser comercial, por lo cual tornan invisible gran parte de los problemas culturales en sus contenidos. A pesar que la cultura es un tema que abarca importantes discusiones y distintas miradas, los medios masivos de comunicación en su gran mayoría, no se han preocupado por encontrar la verdadera esencia del tema de la cultura en sus contenidos.

Cartagena de indias, una ciudad dueña de una riqueza cultural interminable por los hechos y acontecimientos que han sucedido a lo largo de su historia, en los cuales han participado comunidades de distintas razas y etnias, ha encontrado en su patrimonio histórico y cultural una de sus principales fortalezas. Actualmente, en la ciudad no se han elaborado estudios que muestren la relevancia de la memoria histórico-cultural en la parrilla programática de los distintos medios de comunicación, y que estos a su vez incluyan en sus contenidos el tema de la historia e identidades locales. Según la comisión nacional de televisión en el plan de desarrollo de la televisión 2010-2013 en su tercer lineamiento, primer punto señala que: *“La Constitución Política colombiana declara que los medios de comunicación son libres pero tienen una responsabilidad social. Para algunos expertos, la responsabilidad social de los medios se basa en su capacidad de construir una imagen de la sociedad y de los individuos que contribuya a la formación cultural. Por ello, la necesidad de que exista una mayor integración entre la responsabilidad social de los medios de comunicación y los contenidos de los mismos.”* (Plan de desarrollo de la televisión 2010-2013: lineamiento 3.1)

En la ciudad existe un canal local de televisión, el canal Cartagena, que cuenta con seis años al aire y que es visto por una audiencia importante (el 43% entre la masa de suscriptores UNE en la ciudad -UNE, 2009-). Con el presente estudio se pretende analizar la relación de los contenidos del canal con los rasgos de identidades culturales a nivel local.

La investigación cuenta con una serie de entrevistas fundamentadas para reforzar el tema de la identidad cultural a nivel local. Entre los especialistas entrevistados se encuentran: Alfonso Múnera, escritor e historiador de la Universidad de Cartagena; Ricardo Chica, docente del programa de comunicación social de la Universidad de Cartagena; Oscar Collazos, escritor y columnista del periódico el Tiempo, y Joaquín Robles, docente del programa de Comunicación social de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

Otras de las entrevistas realizadas fueron dirigidas a Nabil Baladí, gerente de canal Cartagena, y a Antonio Angulo, director creativo del Canal; esto con el fin de identificar y describir las tendencias de la parrilla de programación con relación a los rasgos histórico- culturales de la ciudad, así como la situación actual del canal y la relación que tienen con la memoria histórica cultural.

La presente investigación es descriptiva con una naturaleza mixta (cualitativa y cuantitativa) que pretende diagnosticar a partir de la agenda informativa del canal Cartagena.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cartagena de Indias, conocida como la “Heroica”, fue fundada por Don Pedro de Heredia el 1 de junio de 1533. Cartagena es considerada uno de los puertos más importantes de América durante la época colonial española, fecha en que heredó gran parte de su patrimonio artístico y cultural. Su independencia absoluta de España se dio el 11 de noviembre 1811.

En la actualidad, Cartagena alberga según el DANE (2011) una población de 944.250 habitantes. Está situada a orillas del mar Caribe en la costa norte colombiana. En noviembre de 1984 fue declarada por la UNESCO Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, convirtiéndose en una ciudad abierta al mundo, que reconoce la diversidad como riqueza cultural, teniendo en cuenta que fue escenario de infinidad de hibridaciones marcadas por la presencia de pueblos indígenas, pueblos afros y de migraciones provenientes de distintas partes del mundo. El historiador cartagenero Alfonso Munera considera al respecto que *“la cultura nuestra es una cultura mestiza, porque no solo por el hecho biológico del mestizaje sino por el encuentro cultural que fue muy intenso entre españoles, indígenas y afrodescendientes”*.

Es claro que Cartagena es dueña de una gran universalidad cultural por tal razón se hace necesario que los actores sociales diseñen estrategias para hacer perdurable esa riqueza cultural con el transcurrir de los años. Uno de los actores sociales determinantes por su gran influencia y por el poder que ejerce en las sociedades de hoy, son los medios de comunicación. En países como España se ha avanzado de manera significativa en lograr introducir en las agendas de los medios de comunicación el tema de la cultura, con el fin de fortalecer aquellos aspectos que posibilitan el reconocimiento y la valoración del otro como un legítimo ser humano, con el que es posible convivir y relacionarse a pesar de ser diferentes; pero también los medios están llamados a realizar tareas de vigilancia del contexto cultural en donde *“... debieran intentar ilustrar a la opinión pública sobre lo*

que son costumbres y tradiciones respetables porque no van contra la legislación, y lo que son prácticas, costumbres y tradiciones que no pueden aceptarse porque contradicen la legislación...”(Diez, 2010:6).

Para el caso de la ciudad de Cartagena, se observa que en los últimos años ha crecido con relación al fortalecimiento de los procesos culturales, para poner en escena la cultura como valor agregado y así potencializar el desarrollo desde todos los frentes. Por ello, una de las estrategias planteadas por el actual plan de desarrollo Cartagena 2008-2011 en aras de materializar el artículo 44 denominado “**Memoria, identidad, imaginación, creación**”, es concentrar esos esfuerzos a través del fortalecimiento del Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC) para darle forma a un concepto de cultura amplio e incluyente que actúe como “recurso esencial en la construcción de la ciudad del futuro, por su contribución a la generación de capacidades individuales, al robustecimiento del tejido social, a la promoción de la confianza y por su importancia en la formación del capital humano y en la conservación del capital natural, de igual forma por sus aportes a la economía local y su potencial en los procesos de integración regional” (Plan de Desarrollo de Cartagena 2008-2011: Artículo 44).

Desde el año 2003, el IPCC, desde sus objetivos sociales, busca trabajar en cuatro ejes claves:

1. La salvaguardia del patrimonio cultural del Distrito
2. La promoción y estímulo a la creación, la investigación, y a la actividad artística y cultural
3. Promover la formación cultural y el fortalecimiento de la identidad y sentido de pertenencia de la comunidad Distrital

4. Generar y consolidar procesos para el reconocimiento, fortalecimiento y divulgación del carácter pluriétnico y multicultural de la ciudad y sus corregimientos.

La experiencia de otros países devela claramente que los medios de comunicación son aliados clave para lograr el fortalecimiento de la cultura en asocio con acciones tendientes a generar desarrollo humano, social y económico. El continente Europeo es una muestra de esta alianza (medios de comunicación-cultura) es necesaria para afirmar la identidad cultural desde la interiorización de valores sociales y ciudadanos y el respeto a los derechos humanos.

Hasta el momento en la ciudad de Cartagena no se han elaborado estudios que permitan conocer a profundidad cuál ha sido el papel jugado por los medios de comunicación en el desarrollo cultural de la ciudad. Por tal razón, se hace necesario realizar investigaciones en este campo aún inhóspito en Cartagena, que permitan analizar la situación actual del fortalecimiento de las identidades locales en los medios, conocer cuáles son sus tendencias y evaluar el nivel de calidad en que se está ofreciendo y consumiendo por la ciudadanía.

En las facultades de comunicación social en Cartagena aún no se tienen antecedentes de estos estudios y podrían ser la apertura para iniciar una minuciosa investigación que arroje importantes resultados, si se tiene en cuenta toda la riqueza cultural de la cual es dueña la ciudad y de los medios masivos que en la última década se han venido consolidando a nivel local, en especial la televisión.

Para llevar a cabo estos estudios sobre oferta cultural en medios masivos de Cartagena, es oportuno abordarlos desde la televisión, por ser uno de los medios que más consumen los ciudadanos cartageneros después de la radio.

Por tal motivo, en el presente estudio se seleccionó como objeto de investigación el canal de televisión local con el mayor número de audiencias, en este caso el Canal Cartagena de UNE, con un tiempo significativo al aire (seis años). Es así como el Canal Cartagena cumple con todos los requisitos necesarios y cuenta con un audiencia global de 43% entre la masa de suscriptores UNE en Cartagena. (UNE, 2009).

Viendo el panorama de los medios masivos en Cartagena, en especial observando la televisión local como industria cultural, resulta oportuno estudiarlo **como vehículo cultural para la construcción de identidades colectivas en la ciudad** en donde los habitantes reflejen sus sueños, sus derechos y sus manifestaciones. Al respecto Jesús Martín Barbero (2003) menciona lo siguiente: *“las industrias culturales son el dispositivo clave en la construcción de las identidades colectivas, las cuales atraviesan de punta a punta, la construcción de nuestros sueños, de los imaginarios a partir de los cuales nos sentimos felices o infelices, satisfechos o insatisfechos con lo que hacemos”*.

En Cartagena existe una diversidad de manifestaciones culturales desde distintas razas, etnias y comunidades, y allí los canales de televisión pueden ser un mecanismo de apropiación de medios por parte de los ciudadanos, de tal manera que se conviertan en un complemento mutuo que fortalezca las identidades culturales y contribuyan en la desaparición de todo tipo de discriminaciones y exclusiones en el contexto social de la ciudad.

1.1. Pregunta problema

¿De qué manera los contenidos programáticos emitidos por el Canal Cartagena, como medio de televisión local, tienen relación con las identidades culturales de la ciudad?

2. JUSTIFICACIÓN

La Constitución Política de Colombia a través de la Comisión Nacional de Televisión, ente encargado de desarrollar y ejecutar los planes y programas del estado en el servicio público de la televisión, contempla que los medios de comunicación son libres pero tienen una responsabilidad social; Desde este punto de vista, la presente investigación es importante llevarla a cabo para lograr que los cartageneros sean consumidores de una televisión de calidad que contribuya a su formación cultural y que al mismo tiempo se vean reflejados en ella, desde sus contenidos. Es oportuno citar a Néstor García Canclini cuando afirma que: *“ser ciudadano no tiene que ver sólo con los derechos reconocidos por los aparatos estatales a quienes nacieron en un territorio, sino también con las prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia y hacen sentir diferentes a quienes poseen una misma lengua, semejantes formas de organizarse y satisfacer sus necesidades.* (García Canclini 1997:19 citado por Fernández: 2007)

Una de las principales riquezas de Cartagena de indias es su patrimonio histórico-cultural. Los distintos hechos y acontecimientos de los que fue escenario sumado a la diversidad de razas y etnias que llegaron a la ciudad en el transcurso de su historia, hacen parte de la gran universalidad de su cultura; por tal razón la realización del presente estudio es oportuna para la lucha por preservar la memoria histórico-cultural de los cartageneros desde un medio que se consume a grandes masas como la televisión.

En Cartagena el único medio televisivo local que existe es el Canal Cartagena, éste lleva seis años al aire y es visto por un número significativo de televidentes, por tal razón la presente investigación es oportuna para realizar un análisis de cada uno de los contenidos que está emitiendo el canal y de esta misma forma rediseñar estrategias que apunten a darle una mayor relevancia a la cultura en su programación.

Se considera pertinente citar a Omar Rincón, Germán Rey y Jesús Martín Barbero, cuando analizan lo que hace cultural a la televisión: *La televisión es cultural cuando se asume a sí misma como un lugar decisivo en la construcción de los imaginarios sociales y las identidades culturales, dándose entonces como proyecto específico contribuir en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática, y en el reconocimiento de la multiculturalidad del país y del mundo.* (Barbero Jesús, Rey Germán, Rincón Omar 2000: 50-61).

En Colombia son muchos los canales de televisión que tienen como finalidad vender al máximo sus contenidos y se interesan poco por fortalecer el tema de la cultura. Es posible la creación de contenidos de calidad que además apunten al fortalecimiento de las identidades culturales locales

3. IMPACTO

Con el presente estudio, se pudo conocer qué tanto aportan los contenidos de los programas emitidos por el Canal Cartagena, al desarrollo de las identidades culturales locales. Teniendo en cuenta los resultados arrojados por la investigación, se pretende:

En primera instancia, despertar el interés de los programas de comunicación social de las distintas universidades de la ciudad, para que sigan profundizando en este importante tema, el cual no ha sido hasta el momento lo suficientemente investigado. Hay que tener en cuenta la riqueza multicultural de la cual es dueña Cartagena de Indias y por ende se convierte en un tema de gran incidencia en la ciudad.

Por último se pretende que el IPCC conozca la investigación, ya que de esta forma se contribuye a la “construcción de la ciudad del futuro” y “al robustecimiento del tejido social” que este ente pretende darle al concepto de la cultura en Cartagena. Así mismo a

todas las comunidades de distintas razas y etnias como los afrodescendientes, que con sus riquezas culturales y sus manifestaciones pueden encontrar a través de los medios masivos nuevas formas para expresarse y darse a conocer.

4. OBJETIVOS

4.1. General

Analizar la relación que existe entre los contenidos que emiten el Canal Cartagena como medio de televisión local con los rasgos de identidades culturales locales.

4.2. Específicos

- Identificar las tendencias de la programación del Canal Cartagena, observando la relación de la agenda informativa con los rasgos histórico-culturales de la ciudad.
- Describir la situación actual del Canal Cartagena general en cuanto a la relación que tienen con la memoria histórico-cultural de la ciudad.
- Generar una discusión sobre las identidades culturales y la memoria histórica cultural de Cartagena, según la diversidad cultural de sus habitantes y de sus actores sociales.

5. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE:

5.1. Marco de referentes teóricos.

Para el presente estudio, tendremos en cuenta diversas teorías que hacen referencia al concepto de cultura, industrias culturales e identidades culturales, las cuales nos permitirán estructurar nuestra investigación.

5.1.1 Concepto de Cultura:

La cultura por ser un fenómeno determinante en la sociedad, ha sido objeto de estudio de distintos autores que a través de sus teorías, les han dado sentido a las manifestaciones que han diferenciado a los grupos humanos a lo largo de la historia.

Cultura, se deriva de la palabra *cult*, perteneciente al verbo latino *colo, colui, colere, cultum*, que significa etimológicamente cultivo. Uno de los primeros autores que utilizó el término de cultura, fue Marco Tulio Cicerón (106-43 a.C) relacionándolo con el sentido de cultivar nuestro espíritu, afirmando que “el espíritu es un campo que no puede producir si no se cultiva convenientemente”.

Posteriormente en la edad media, la cultura consistía en la preparación del hombre para el cumplimiento de sus deberes religiosos con vistas a la consecución de una larga vida ultra terrena, desarrollando el concepto de cultura *mentis*.(Paz, 1974, citado por Usme, 2010:31)

En la época del humanismo durante los siglos XV-XVI, la cultura retoma su concepto del hombre y el cultivo de su pensamiento, con una apreciación diferente de las cosas

del espíritu, la belleza, la sabiduría, la virtud y la verdad; una diferencia cultural que implicaba discernimiento, dominio de sí y una ética elevada.

Seguidamente a finales del siglo XVIII, en Alemania el concepto de cultura adquiere nuevas connotaciones, en las que se destacan los términos de costumbre, tradición y herencia social. Época en la que autores como Jhoann Von Herder, Klemm (1784) y Voltaire (1756) se destacaron. En esta misma época Johann Christoph Adelung (1793) define la cultura como “el progreso o refinamiento del total de las fuerzas mentales y corporales de una persona o un pueblo; así como la palabra incluye no sólo la ilustración mejora del entendimiento a través de la liberación de prejuicios, sino también puliendo, señalando mejoras y refinamientos, de costumbres y tradiciones.

En la modernidad o postyloriano, se destaca el análisis de Klemm (1843), donde hace referencia al estado de la cultura, inscribiéndolo en los campos de la ciencia y la historia, ya que para este autor cultura e historia cultural, están directamente relacionados desde su origen.

En 1850 en Alemania se empieza a utilizar el término de cultura, teniendo un sentido de totalidad, la idea de que la cultura pertenece a un colectivo, ya sea un pueblo o la humanidad. Más adelante el antropólogo norteamericano Edward. B. Taylor (1871) define la cultura como “aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualquier otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad". A partir de ese concepto modernista del término cultura, se propagará entre los teóricos, empleándose en aquellos procesos y productos de transformación espiritual, material y social.

Con la firme intención de solucionar el problema de la falta de una definición al concepto de cultura Kroeber y Cluckhohol (1952) revisaron todas las definiciones de cultura que se habían escrito hasta su época y encontraron que se habían postulado 160 definiciones, por tal razón quisieron exponer una nueva definición bastante extensa que a su juicio dejara satisfecha las necesidades conceptuales de la antropología cultural norteamericana en ese momento. *"La cultura consiste en pautas de comportamiento, explícitas o implícitas, adquiridas y transmitidas mediante símbolos y constituye el patrimonio singularizador de los grupos humanos, incluida su plasmación en objetos. El núcleo esencial de la cultura son las ideas tradicionales (es decir, históricamente generadas y seleccionadas) y especialmente, los valores vinculados a ellas; los sistemas de culturas pueden ser considerados, por una parte, como productos de la acción, y por otra, como elementos condicionantes de la acción futura"* (Kroeber- Cluckhohol, 1952 citado por Austin, 2000:5)

Entre los autores contemporáneos, Clifford Geertz (1989) afirma que su concepto es esencialmente semiótico, por lo tanto el análisis de la cultura no es una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones. De igual forma considera que el estudio de la cultura se debe hacer desde la descripción etnográfica y, específicamente desde una descripción densa, sin generalizar a través de datos particulares sino dentro de estos, con el ideal de que la cultura debe ser vista desde el contexto, no por fuera de él. Un concepto similar es el que plantea Umberto Eco (1995), cuando dice que "la cultura, debería estudiarse como un fenómeno de comunicación basado en sistemas de significación, teniendo en cuenta que todo sistema de significación es una construcción semiótica autónoma que posee modalidades de existencia totalmente abstractas, independientes de cualquier posible acto de comunicación que las actualice".

Según la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) "la cultura es un conjunto de rasgos distintivos, espirituales,

materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores y las creencias. La cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. La cultura define la forma como discernimos, los valores y realizamos nuestras opciones. Por ella es como el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que lo trascienden”.

5.1.2 Industrias Culturales.

El tema de industrias culturales ha tomado bastante relevancia en los últimos años, gran parte de lo que hoy denominamos como cultura, esta difundida por una producción industrial, en la que se encierran actividades como la televisión la radio, el cine, la prensa etc.

El término de industrias culturales fue utilizado inicialmente por Theodor Adorno y Max Horkheimer desde los años cincuenta. Estos pensadores de la escuela de Frankfurt publicaron un libro denominado “La dialéctica del iluminismo”, en donde introducían la categoría de industria cultural para denominar “como en las sociedades capitalistas la cultura no se transforma en mercancía sino que se produce como mercancía, es decir que no tenemos, por un lado, la cultura y, por otro lado su mercantilización , sino que la cultura de las mayorías, esto es, la cultura que pasa por la prensa, la radio, la televisión, los libros, la música se produce como mercancía,”. (Barbero, 2003: 13)

El investigador Néstor García Canclini (1999) considera las industrias culturales y los procesos de comunicación masiva, como “el contexto en el que se desenvuelven las

últimas décadas las principales actividades culturales, las que dan información y entretenimiento a las mayorías, las que influyen de modo más significativo en la economía de cada sociedad y ofrecen mayores oportunidades de conocimiento recíproco e intercambio entre las naciones”. (Canclini citado por Ministerio de cultura de Colombia- Convenio Andrés Bello, 2003: 21)

Partiendo de que en las nuevas sociedades de la información, las industrias culturales desempeñan un papel fundamental, gracias a la fluidez de muchos significados y relaciones sociales que les da una gran validez en la actualidad; Hopenhaym (2000) plantea que “las industrias culturales ocupan un lugar central en la articulación entre dinámica cultural y dinámica productiva, y estos en varios sentidos: porque si no manejamos destrezas tecnificadas de adquisición y uso de información y conocimientos, no tenemos opción para ser económicamente productivos en el mundo futuro; porque la digitalización es el común denominador hoy de la reproducción en serie de casi todo lo que circula desde la industria cultural y, a la vez, marca toda producción tocada por la Tercera Revolución Industrial”.

Para Martin Hopenhaym, las industrias culturales “son aquellas que están inmersas en todos los procesos cotidianos; a través de ellas se auto dibuja la sociedad, se generan procesos de conocimiento y aprendizaje profundos y duraderos, se transmiten habilidades y herramientas a lo largo del tiempo”.

Una de las definiciones de cultura que marcó una diferencia bastante amplia con respecto a la desarrollada inicialmente desde la escuela de Frankfurt con Theodor Adorno y Max Horkheimer, fue la de la UNESCO en su definición de industrias culturales, elaborada a finales de los noventa, las define como “aquellas que reproducen a escala industrial, utilizan como materia prima creaciones protegidas por derechos de autor y producen bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos. En cada uno de los subsectores que constituyen estas

industrias culturales existen desde pequeñas empresas hasta grandes conglomerados”. (Ministerio de cultura. Convenio Andrés Bello 2003:21)

5.1.3. Identidad Cultural

El ser humano es un ser sociable por naturaleza, por eso ha diseñado, de acuerdo a sus necesidades, distintas formas de comunicarse. Esto le permite tener una particular forma de ser, que lo define al interior del grupo social al cual pertenece. Al referirnos a la identidad de un individuo, necesaria y directamente también tenemos en cuenta su sociabilidad, su pertenencia e identificación de su cultura de origen, es decir, su identidad cultural.

La identidad cultural es el motor del desarrollo de un territorio; en esta investigación resulta útil acuñar este concepto, ya que los medios de comunicación se convierten en un factor determinante en el proceso de construcción de la identidad. Evidentemente es necesario conocer su concepto y contenido.

Es importante aclarar que este concepto de identidad cultural se ha comprendido desde las distintas definiciones de cultura que se han postulado a través del tiempo; sin embargo cuando hablamos de identidad cultural inmediatamente lo relacionamos con los grupos sociales o los grupos humanos.

Según Austin (2000) la identidad cultural es la misma cultura contextualizada, definiéndola como "todos aquellos rasgos culturales que hacen que las personas pertenecientes a un grupo humano y a un nivel cultural, se sientan iguales culturalmente". Así mismo Molano (2004) define el concepto de identidad cultural como la pertenencia a un determinado grupo social con el que se comparten costumbres valores y creencias; no es un concepto fijo, ya que se alimenta continuamente de la influencia del exterior.

De igual manera González (2000) señala que la identidad cultural se caracteriza por su carácter inmaterial y anónimo que pueden tener las colectividades postulando que “La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad”. (González 2000 citado por Molano 2004:73)

Así mismo podemos señalar que el concepto de identidad cultural en los últimos años se ha venido asociando con la historia y el patrimonio cultural de determinados grupos. Según Flavia Ranzolin (2004) comprende que *“si bien la identidad de un grupo social, está asociada con su patrimonio, el mismo no debe considerarse como sinónimo exclusivo de monumentos, objetos, arquitectura o todo aquellos que pueda ser exhibido en un museo. El patrimonio cultural es la historia entre la memoria individual y la colectiva, es parte de la transmisión de lo que ha sucedido en un territorio determinado”*. (Ranzolin Flavia 2008: 40).

6. ESTUDIOS Y EXPERIENCIAS ANTERIORES

Para la realización de este estudio se consideró importante la búsqueda minuciosa de estudios realizados anteriormente, relacionados con la temática de oferta e identidad cultural.

6.1. Estudios y experiencias a nivel Regional y Nacional

Medios y Culturas en el espacio Latinoamericano: Artículo producido por Jesús Martín Barbero (2004) (organización de estados iberoamericanos- revista de cultura) advierte sobre los riesgos de la concentración y los desequilibrios comunicacionales, además muestra las influencias culturales positivas en los medios que buscan a su manera responder a las nuevas demandas sociales y a las nuevas figuras de lo político. Con sutileza, anota la transformación de la cultura de masas en una cultura segmentada a la vez que observa la “reconfiguración de las culturas tradicionales y la conformación de nuevas culturas urbanas”, con foco particular en las “comunidades juveniles urbanas” basadas en nuevas culturas audiovisuales y electrónicas. Es el nuevo “mundo de los jóvenes”, signado por “reorganización profunda de los modos de socialización”.

Estudio de percepción de medios de comunicación de la Universidad de Antioquia: Estudio realizado por el Centro de Estudios de Opinión de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Antioquia (2009), con el fin de indagar sobre la receptividad, aceptabilidad, motivación y expectativas del público usuario y receptor de los productos comunicacionales que se realizan en la Universidad de Antioquia, en tres de los campos de aplicación: prensa, radiodifusión y televisión.

6.2. Estudios y experiencias a nivel internacional

-Cultura mediática y audiencias regionales: el consumo cultural en Puebla: investigación realizada por José Meyer Rodríguez (2004) que apunta a importantes aproximaciones al estudio de los procesos de recepción y consumo cultural en la ciudad de Puebla (México) De igual forma, expone las investigaciones, experiencias y enfoques teóricos más relevantes en América Latina sobre el consumo cultural.

Analiza las posturas y reflexiones de autores como Jesús Martín-Barbero (usos y representaciones sociales), Néstor García Canclini (valor simbólico del consumo), Elizabeth Lozano (nomadismo y segmentación de audiencias) y Guillermo Orozco (mediaciones múltiples y televidencias), quienes se han caracterizado por sus aportes al estudio de fenómenos, como lo es el consumo cultural.

-Cultura, comunicación y desarrollo: una relación difícil de definir: documento producido por Gloria Moreno Pérez, profesora en Qubéc- Montreal . Este artículo que se basa en analizar y reflexionar acerca del concepto de desarrollo, desde diversas perspectivas, además resalta la importancia de tener en cuenta la cultura, al momento de hablar de la relación existente entre comunicación y desarrollo. Interrogantes como: ¿Cuál es el modelo de desarrollo cultural que hoy en día requerimos?, ¿con qué recursos económicos, educacionales, creativos y comunicacionales contamos para concretar este modelo? O ¿cuáles son los elementos que fundan una construcción cultural?. La autora no busca dar una respuesta concluyente, más bien da pistas de reflexión referentes a la temática en cuestión.

-Intelectuales y medios de comunicación. Perplejidad, desconcierto y decisión: artículo escrito por Luís Sandoval, publicado en el 2002, en la revista electrónica Razón y Palabra, número 27. Es una reflexión sobre la función del intelectual en los ámbitos de la comunicación y la cultura. Los riesgos del populismo y el etnocentrismo así como las incógnitas causadas por el postmodernismo, son miradas de un análisis que detecta entre los grupos pensantes, tendencias a la incertidumbre y el desconcierto a la hora de analizar el impacto de los medios masivos en la vida de las personas.

Orden Mediático y Orden Cultural: Una ecuación en busca de Resolución: Documento producido por Martín Hopenhayn (2004) Señala que la concentración de la propiedad sobre los grandes medios no implica fatalmente una total uniformidad en

sus contenidos culturales, por lo tanto las grandes corporaciones, para competir, están obligadas a localizar y adecuar cada vez más los contenidos y los emisores a efectos de captar diversos segmentos de públicos. Del mismo modo, habla de la segmentación de los emisores, de “actores que antes estaban confinados al silencio y la autoreferencia” y que ahora pueden ser productores de opinión gracias a la mayor disponibilidad de bienes comunicacionales “de ida y vuelta”. Y hasta los grupos periféricos con mensajes culturales “de resistencia” pueden ocupar ranuras en la red comunicacional y asumir protagonismos como suele ocurrir, lo que permite abrigar expectativas en torno a una mayor democratización del ciberespacio.

El consumo sirve para pensar: Artículo producido por Néstor García Canclini. En el cual hace una reflexión detallada acerca de lo que significa el consumo, mencionando que este concepto ha sido manejado por diferentes disciplinas del conocimiento, pero que ninguna ha logrado presentarlo en toda su extensión, tal es el caso de la teoría económica, sociológica, psicoanalítica, psicosocial y antropológica. Así el fin último del texto es reunir las principales líneas de interpretación, señalando la coincidencia entre las mismas para construir un concepto global de consumo.

Televisión educación y construcción de identidad de los telespectadores: Artículo escrito por Jorge Belmonte Arocha y Silvia Guillamón Carrasco (2005) publicado en la revista científica iberoamericana de comunicación y educación; plantea que la educación se puede definir como un “proceso de formación integral de la persona” y como aquella que permite la construcción de la identidad individual y colectiva; por otra parte señalan que los medios de comunicación son agentes de socialización e individuación. Destacan la omnipresencia casi total de la televisión, tanto en el tiempo como en el espacio e igualmente por su gran influencia en los miles de telespectadores. Además anotan que la televisión sí educa, independientemente de que se trate de una “buena” o “mala” educación. Finalmente aclaran la relación entre

televisión y educación y por ende entre televisión y telespectador, hasta llegar a los actuales planteamientos de estudios culturales y el análisis del rol que desempeña la televisión en la construcción social de la identidad de los telespectadores.

7. MARCO REFERENTE LEGAL

Para esta investigación sobre el análisis de los aportes que hace la televisión local (caso Cartagena de Indias) al desarrollo de las identidades culturales, se considerará el “Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas del Distrito Turístico y Cultural de Cartagena 2008-2011, Por una sola Cartagena” y “El plan nacional de Desarrollo 2010-2014, Prosperidad para todos” que promulga la presidencia de la república de Colombia.

De acuerdo a ambos planes de desarrollo, se mencionarán principalmente aquellos artículos de especial relevancia en cuanto al tema de la cultura. Es importante aclarar que el plan nacional de desarrollo 2010-2014 “Prosperidad para Todos” actualmente se encuentra en proceso de estructuración, por tal razón se citarán las bases que se tienen propuestas respecto al desarrollo cultural.

7.1. El plan de desarrollo económico, social y de obras públicas del distrito turístico y cultural de Cartagena 2008-2011, Por una sola Cartagena.

En el plan de desarrollo de Cartagena 2008-2011, la cultura juega un papel determinante en pro del progreso de la ciudad y de sus habitantes, así como en el fortalecimiento de su economía. Su gran relevancia se ve reflejada en el artículo 44: **Memoria, identidad, imaginación, creación;** en donde se considera la cultura como un “recurso esencial en la construcción de la ciudad del futuro por su contribución a la generación de capacidades individuales, al robustecimiento del tejido social, a la

promoción de confianza y por su importancia en la formación del capital humano y en el conservación del capital natural, así como sus aportes a la economía local y su potencial en los procesos de integración regional”. (Plan Desarrollo de Cartagena 2008-2011: Artículo 44).

En este mismo artículo se agrega que las políticas públicas del distrito deberán “promover el conocimiento de los procesos históricos, la visibilización de sus protagonistas, el reconocimiento de la diversidad étnica y cultural, **las industrias culturales** y afianzar la identidad y las manifestaciones culturales como parte del patrimonio inmaterial de la ciudad, sin perder de su vista su pertenencia al Caribe colombiano y al gran Caribe”.

De igual manera, el artículo hace énfasis en la importancia del patrimonio tangible e intangible de la ciudad, en cuanto su conservación y protección; como identidad cultural que propicia la participación social, la responsabilidad social empresarial y la coordinación interinstitucional, con la finalidad de fomentar su conocimiento y defensa.

En el artículo 45 del Plan de Desarrollo de Cartagena, también se hace en énfasis en la cultura y los programas que tiene el distrito para fomentarla. El primero es “**La democratización del acceso a los escenarios culturales**”, en el cual se fomentarán “espacios de formación, dialogo, intercambio y reflexión cultural para la participación activa de los ciudadanos, como actores en facultad de construir lo público. Seguidamente se impulsará el arte y la cultura en la ciudad y en los corregimientos de Cartagena, mediante talleres, seminarios y conferencias dirigidas a niños, jóvenes, artistas, maestros, líderes, cívicos y gestores culturales; a quienes se les brindará apoyo, asistencia y estímulos para que realicen investigaciones sobre el arte y la cultura en la ciudad. Así mismo se propenderá porque los certámenes culturales sean incluyentes y promuevan la lectura, la reflexión y el pensamiento

crítico y autónomo; utilizando las plazas y los parques como escenarios para la expresión y encuentro cultural.”

Otro de los programas es el “**sistema distrital cultural...espacio de participación y diálogo cultural**”, donde el Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC), se convierte en el escenario “para consolidar y fortalecer, en procura del buen desarrollo cultural de la ciudad promoviendo la organización y gestión que propicien la construcción de tejido social y la inclusión. Así mismo el IPCC estimulará al sector cultural y articulará los componentes culturales de las diferentes secretarías de administración cultural, en especial la secretaria de educación y en conjunto con otras organizaciones culturales visibilizará el trabajo de los actores culturales y acceso a la seguridad social, administrando los espacios culturales de la ciudad para la participación de los artistas y de la comunidad”.

En el programa de **investigación, documentación, conservación y divulgación del patrimonio material e inmaterial de Cartagena de indias**, se considera el tema de la cultura desde los medios ciudadanos y comunitarios apoyando sus estrategias educativas y comunicativas a través de formas alternativas de comunicación cultural que estos promueven, y que además aportan a la comprensión de la sociedad y la difusión del conocimiento mediante la creación de sentidos comunes que fomenten el reconocimiento y la tolerancia.

7.2. El plan nacional de desarrollo 2010-2014: Prosperidad para Todos.

Respecto al plan nacional de desarrollo 2010-2014: “**Prosperidad para todos**” en el que actualmente se están desarrollando las bases, el tema de la cultura está abordado y promovido por el Ministerio de Cultura.

En las primeras bases con relación al tema de la cultura, el gobierno a través del Ministerio de cultura propone cinco lineamientos estratégicos básicos:

- Asesorar a todos los municipios y departamentos en temas de planeación, financiación, participación y fortalecimiento institucional cultural.
- Fortalecer las bibliotecas públicas con adquisición y renovación de colecciones, formación de bibliotecarios, implementación de programas de promoción de lectura y escritura, conectividad y desarrollo de contenidos.
- Fomentar procesos de formación artística y creación cultural:
 - Vincular a 3 mil 500 artistas y docentes a procesos de formación continua.
 - Contribuir al desarrollo de los niños de cero a nueve años promoviendo el ejercicio de los derechos culturales a través de los lenguajes expresivos y estéticos.
- Completar 20 procesos de salvaguardia que permitan la protección de patrimonio cultural inmaterial.
- Impulsar las **industrias culturales** enfocadas especialmente en apoyar el sector cinematográfico y turismo cultural: Apoyar la producción o coproducción nacional de 35 largometrajes de cine.

8. METODOLOGÍA

8.1 Naturaleza y Tipo de investigación.

La presente investigación descriptiva es de naturaleza mixta (cualitativa y cuantitativa) y permitió diagnosticar desde el análisis, la agenda informativa del Canal Cartagena y las reflexiones sobre identidades culturales que hacen algunos catedráticos, el panorama actual de los medios de televisión local y su relación con los rasgos de identidades culturales de Cartagena.

Cabe destacar que este tipo de investigación tuvo como propósito “describir situaciones y eventos, decir cómo es y cómo se manifiestan determinados fenómenos y buscó especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. (Sampieri- Bunge- Eco 2002).

Por tal razón, a través de esta investigación no se pretendió crear nuevas teorías de recepción, ni mucho menos plantear soluciones particulares frente a la posible relación entre televisión local e identidades culturales; simplemente lo que se quiere con esta investigación es analizar y describir un fenómeno concreto: en este caso observar si los medios de comunicación local, como el Canal Cartagena, tiene dentro de sus intereses y preocupaciones hacer un aporte al desarrollo de la cultura desde los rasgos de identidades culturales.

8.2. Técnicas e instrumento

Teniendo como base las categorías conceptuales propuestas en los objetivos de la investigación, la principal técnica que se utilizó fue el diálogo directo, el cual sostuvimos con cada uno de los catedráticos en comunicación y cultura, así como con

el gerente y el director creativo del Canal Cartagena; mediante el instrumento de las entrevistas semiestructuradas.

El diálogo directo permitió que los especialistas se expresaran sin ningún tipo de restricciones y expusieran sus argumentos de manera detallada, clara y concisa; igualmente con los directivos de Canal Cartagena. El recurrir a la herramienta de las entrevistas semiestructuradas fue muy importante, porque surgieron nuevas inquietudes que al mismo tiempo, fueron respondidas por cada uno de los entrevistados permitiendo que cada una sus reflexiones fueran más enriquecedoras para la investigación.

8.3. Muestra

Para llevar a cabo la presente investigación se tomó una muestra de 4 conocedores del tema de comunicación y cultura que trabajaran en forma directa o indirecta con medios masivos en la ciudad de Cartagena. Se seleccionaron intencionalmente a los especialistas, teniendo como base unos criterios de selección específicos que se abordarán a continuación con el fin de obtener resultados confiables en la investigación.

El primer criterio que deben tener estos especialistas es que sean personas con experiencia no menos de cinco años en el tema de la Cultura Caribe o en los medios de comunicación regionales. Así mismo que cada uno de estos especialistas sean personas reconocidas a nivel local y regional por su compromiso con la cultura, ya sea mediante publicaciones escritas o premios a nivel nacional e internacional. Y por último que los especialistas consumieran activamente los contenidos de los medios masivos en la ciudad, más específicamente del Canal Cartagena.

9. RESULTADOS

Con la presente investigación se pretendió dar a conocer el análisis de la relación que existía entre los contenidos que emiten el Canal Cartagena y los rasgos de identidades culturales. También se buscó que a través de este estudio se puedan encontrar nuevas formas y mecanismos que faciliten la participación y apropiación de la cultura en los ciudadanos, de tal manera que puedan sentir en los medios, un espejo que refleje todas y cada una de sus manifestaciones culturales y su sentido de pertenencia por la ciudad.

9.1. Concepto de identidades culturales aplicado a nivel local, caso Cartagena de Indias

9.1.1. Significado de identidades culturales dentro de la memoria histórica y la televisión local

La identidad cultural según Moreno (2008) es vital para el fortalecimiento y desarrollo de las memorias históricas de las regiones, y esto tiene estrecha relación por supuesto con los medios de comunicación local por varias razones, primero, porque la legislación colombiana exige un compromiso social de los medios masivos; y segundo porque las teorías de comunicación entre ellas, las relacionadas con los modelos lineales y los enfoques funcionales de los medios le plantean al menos cuatro funciones sustantivas: vigilancia del entorno, transmisión del legado socio cultural, la cohesión social y el entretenimiento (Laswell , citado por Moragas, 1985).

En esta parte se analizaron los distintos significados que tiene la categoría “identidades culturales” dentro de la memoria histórico- cultural desde lo local y luego se relacionará a fondo dentro del contexto de los medios de comunicación local tomando de manera específica la experiencia del Canal de Cartagena, que al igual que

los demás medios tienen la misión constitucional de contribuir con responsabilidad social en el fortalecimiento de la cultura local en la que se encuentran inmersos. La Comisión Nacional de Televisión, en el primer punto de su plan de desarrollo 2010-2013, señala: “La Constitución Política de Colombia declara que los medios de comunicación son libres, pero tienen una responsabilidad social. Para algunos expertos, la responsabilidad social de los medios se basa en su capacidad de construir una imagen de la sociedad y de los individuos que contribuya a la formación cultural. Para ello, la necesidad de que exista una mayor integración entre la responsabilidad de los medios de comunicación de los mismos (Plan de desarrollo, Comisión Nacional de Televisión 2010-2013).

9.1.2. Discusiones sobre el concepto de identidades culturales desde lo local

Cartagena de indias es dueña de una riqueza cultural universal. Los acontecimientos ocurridos en gran parte de su historia, la han convertido en un escenario abierto a distintos procesos de hibridación y heterogeneidad cultural, de los cuales se derivan una infinidad de comportamientos y de prácticas culturales que se han venido transformando con el paso del tiempo y que han traído consigo una consolidación de identidades culturales en un mismo escenario.

Se pudo constatar mediante entrevistas estructuradas a profundidad, el papel que juegan los enfoques de hibridación cultural en el tejido social e histórico de la ciudad Cartagena.

El presente estudio arrojó que frente al tema de la identidad cultural, los sujetos participantes consideran que en Cartagena y en el Caribe es oportuno hablar de identidades culturales; que estas son múltiples y que responden a distintas esferas y manifestaciones de los individuos en su instinto de relacionarse y desenvolverse en la sociedad.

Las identidades son múltiples y responden a distintas esferas y manifestaciones de los individuos en su instinto de relacionarse. *Si tu coges la costa Caribe colombiana, tú no puedes hablar de una sola identidad sino que tendrías que mirar que hay pueblos indígenas, pueblos afros y migraciones árabes que tienen una identidad propia.* Alfonso Múnera, escritor e historiador.

Otro de los especialistas que estuvo de acuerdo con que el termino más apropiado para Cartagena y el Caribe es el de identidades culturales fue el escritor Oscar Collazos: *“Yo preferiría identidades culturales aunque en singular si se dice identidad habría que hablar de una identidad múltiple, de muchos elementos que constituyen una identidad en ese sentido podríamos hablar de una identidad latinoamericano pero no hablamos de un solo rostro hablamos de muchos rostros, entonces yo creo que las dos expresiones pueden servir con una condición de que cuando se dice identidad cultural en singular eso cobije diferentes expresiones, diferentes rostros”.*

Es claro que existen diversas identidades dentro de los distintos grupos, a esto hay que agregarle que las identidades emergen o van cambiando con el transcurrir del tiempo. Desde esta mirada del docente Ricardo Chica, *“las identidades se encuentran en un devenir con el paso del tiempo y responden a unas creencias, a unos valores y a unas prácticas culturales distintas, en donde el devenir identitario se van reinventando y se va recreando; por tal razón no se puede hablar de una sola identidad”.*

Evidentemente, la categoría Identidad Cultural, ha dejado de ser utilizada si hace referencia a Cartagena y el Caribe desde su riqueza multicultural, La unidad investigativa pudo corroborar a través de las entrevistas realizadas, que las Identidades Culturales es el término adecuado por la heterogeneidad a la que se ven sometidos los procesos culturales hoy en día, en los distintos grupos.

9.1.3 La situación actual del Canal Cartagena, en cuanto a la relación que tiene con la memoria histórico-cultural de la ciudad.

Partiendo como base de que uno de los objetivos de investigación, era describir la situación actual del canal Cartagena y su relación con la memoria histórico cultural de Cartagena , El director creativo del canal Antonio Angulo dice: *“No era válido para el Canal Cartagena establecer como prioridad un proceso diferente al del interés local. El resto de los medios regionales y nacionales desarrollan contenidos con una gama separada y apartada de nuestra ciudad. Además, señala que Cartagena no consume más del 0.1% de los contenidos nacionales. Entonces para Canal Cartagena era necesario establecer una parrilla que no sólo permitiera la visión del cartagenero, sino que se reconociera como el medio que representa la esencia cultural e histórica de la ciudad.”*

En la ciudad de Cartagena actualmente se vive un momento crucial y de gran importancia para la memoria histórico-cultural del ciudadano cartagenero, se trata de la conmemoración del Bicentenario, 200 años de independencia en los cuales se reviven esos hechos cruciales que marcaron la historia de Cartagena y que fueron fundamentales para el proceso independentista de la misma.

El Canal Cartagena, pretende unirse a esta celebración. Actualmente están trabajando en la producción de dos programas, con uno de ellos buscan revivir los 200 hechos más importantes que han marcado los últimos 200 años de la historia de Cartagena, estos serán narrados en 10 capítulos. El gerente del Canal Cartagena Nabil Baladi manifiesta que para la conmemoración del bicentenario se realizarán unas producciones alusivas a estos acontecimientos: *“ ya se escogieron los hechos y estamos en su producción, esperamos tenerlos al aire en el mes de septiembre y esperamos hacer, si logramos comercializarlo, un dramatizado que va a contar una historia muy bonita de un estudiante, que en su clase de historia entra a investigar cuáles fueron los hechos importantes en 1811 y así se monta una historia muy*

interesante, que estamos también próximos a comenzar, entonces esta historia va a tener 13 capítulos y también esperamos sacarla al aire en septiembre u octubre que estemos más cerca al bicentenario”.

9.2. El papel de los medios de comunicación local en la construcción de identidad cultural y memoria histórica: Estudio de Caso Canal Cartagena.

Desde este punto, la investigación va ligada a conocer de primera mano la auto-percepción que tienen el gerente y el director del Canal Cartagena respecto a sus políticas como medio local privado, con relación a su público objetivo, sus intereses, fortalezas y su parrilla de programación.

9.2.1. Las tendencias de la programación del Canal Cartagena con relación a los rasgos histórico-culturales locales

9.2.1.1. La mirada de los actores y coordinadores del Canal.

Haciendo una revisión y análisis de la parrilla del Canal Cartagena, se puede observar que gran parte de los programas emitidos apuntan al entretenimiento del televidente, a través de programas deportivos, musicales y magazines en los cuales los grandes protagonistas son, principalmente, personalidades y el talento local en distintos ámbitos.

Nabil Baladí, gerente del canal, señala: *“Para nosotros la cultura es uno de los contenidos más importantes que manejamos como medio masivo, teniendo en cuenta que nuestra cultura no es sólo arte, pintura, escritores y músicos, entre otros; sino que también es deporte, es cómo nos vemos y cómo somos, entonces el canal dedica muchas de sus horas de emisión a lo que llamamos cultura, ya que todas las temáticas que tratamos tienen que ver con lo local”.* Desde este punto de vista, es entendible que dentro de la parrilla del Canal se incluyan programas como el

informativo Cartagena Noticias, que lo componen secciones como noticias generales, deportes, entretenimiento y política.

En este orden de ideas se considera fundamental tener dos miradas: Una del Canal Cartagena y otra de catedráticos conocedores del tema de comunicación y cultura, para que de esta manera salga a relucir cómo es tratado el tema de los rasgos de identidades culturales en los medios, más específicamente en la televisión local y en su estado actual, visto desde distintas opiniones. En este sentido, Oscar Collazos, escritor y columnista de El Tiempo, expresa: *“la televisión local compite con una televisión “monstruosa”, que son los grandes canales; son un modelo de televisión lujoso, lo cual hace que el televidente al pasar de canales como Caracol y RCN, a ver Canal Cartagena, ve un canal pobre en todo sentido... El set, la calidad de la emisión, el sonido, los contenidos y la parrilla, son muy pobres y compiten en situaciones de desigualdad muy grandes, sin embargo la gente insiste en ver el Canal Cartagena; yo sé de mucha gente en los barrios que ve el canal local, porque quiere buscar en qué se ve, cuáles son las noticias de su barrio o de la ciudad que no pasan en el canal nacional... lo cual hace que la gente se sienta identificada con el canal local”*.

Teniendo en cuenta otros programas incluidos en la programación del Canal Cartagena, es evidente que la tendencia de este medio es el entretenimiento, ya sea a través del deporte, la farándula o la música local. Para citar un ejemplo podemos hablar de “Al Sofá con Caro”, programa que busca que las noches de los fines de semana sean mucho más alegres, “picantes” y divertidas, gracias a las entrevistas que Carolina de Pombo, periodista del Canal Cartagena, hace a personalidades locales con el fin de revelar a los televidentes, chismes, curiosidades y anécdotas de su vida privada.

Por otra parte “El Pitazo” es un programa donde se conjugan el humor, la actualidad local y el deporte, por medio de parodias chistosas todas las semanas preparan un

“show” donde descomponen canciones, imitan a importantes personajes de la administración y en el que el equipo de fútbol local, Real Cartagena, se convierte en uno de los protagonistas.

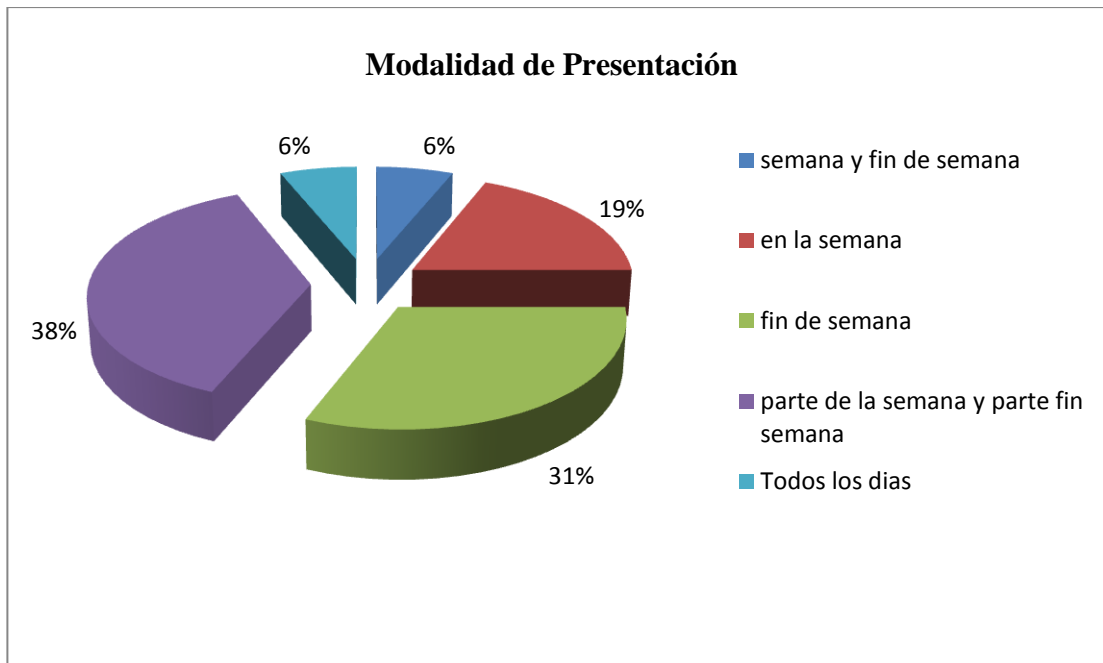
En Concierto, Control Cartagena, Control Kids, Amanecer cartagenero y Sábado VIP, son otros de los programas que apuntan directamente al entretenimiento del televidente. Joaquín Robles, docente de la Universidad Tecnológica de Bolívar, refiriéndose a los canales locales hace una comparación entre Telecaribe (canal regional de la Costa Caribe) y Canal Cartagena: *En lo referente a los canales locales puedo decir que hace tiempo los he estado viendo y alcanzo a ver con mayor énfasis algunos programas culturales en Telecaribe, aquí se le da más importancia al concepto de cultura. En el canal Cartagena creo que hay como dos programas, no sé si todavía esté al aire “Temas de fondo”, de Germán Danilo Hernández, pero este más que un programa cultural, es un programa que debate diversos temas, desde política y cultura. Y en las secciones de los noticieros cuando hablan del entretenimiento se refieren es a eso, a lo que es la farándula, la novela, música... La música hace parte de la cultura, pero no hay un énfasis estricto sobre el elemento cultural en estos noticieros. Veo más un elemento que se inserta en la farándula, en lo estrictamente comercial, más allá del concepto de cultura. Que se debatan, por ejemplo las problemáticas culturales de la ciudad”.*

Se puede percatar que el Canal Cartagena busca establecer su relación con la cultura a través de contenidos que tengan como eje central al cartagenero, las problemáticas que les aquejan y su diario vivir; sin embargo actualmente en la parrilla no existe un programa destinado a la preservación de una memoria histórico- cultural, que permita el reconocimiento de nuestros antepasados.

Baladi, gerente del canal sostiene que son demasiado escasas las fortalezas que poseen con relación al desarrollo sociocultural de los ciudadanos cartageneros: *“En verdad no tenemos ninguna fortaleza, el canal Cartagena está sirviendo en principio*

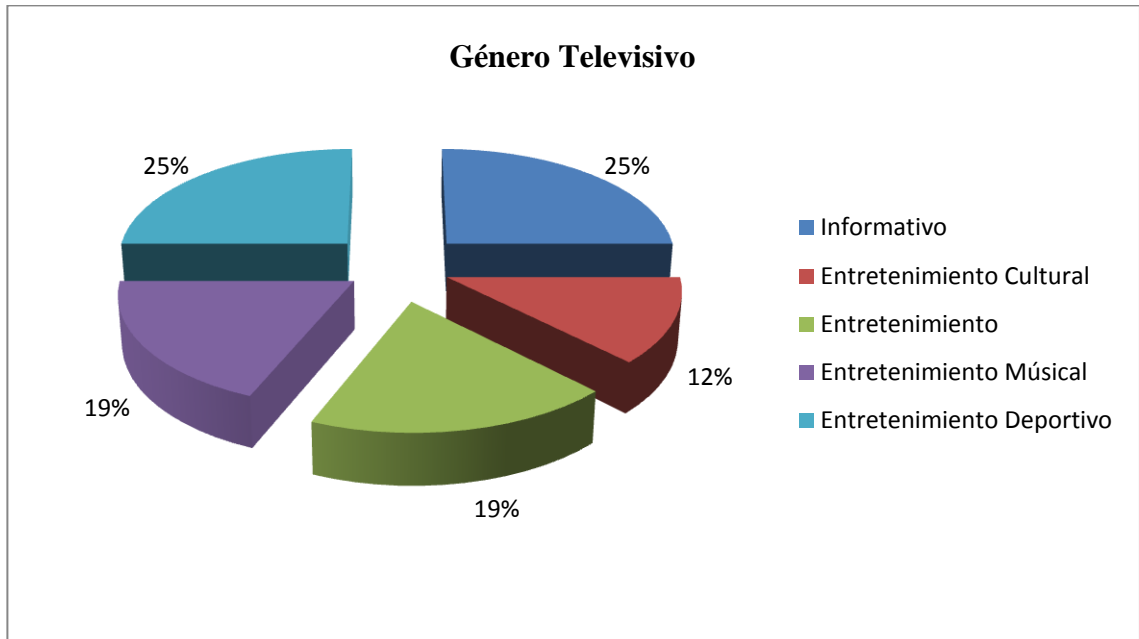
para desarrollar la proyección local, Nosotros apenas estamos comenzando el trabajo, apenas estamos empezando a nacer como empresa. Estamos haciendo pero poco a poco porque somos una empresa pequeña, porque somos una empresa nueva y porque el medio está mejorando día a día como te digo y eso está permitiendo que podamos tener más influencias y hacer mejores productos y así ayudar a la ciudad”.

9.3. Análisis de la parrilla de programación del Canal Cartagena



Modalidad de presentación de los programas emitidos por el Canal Cartagena

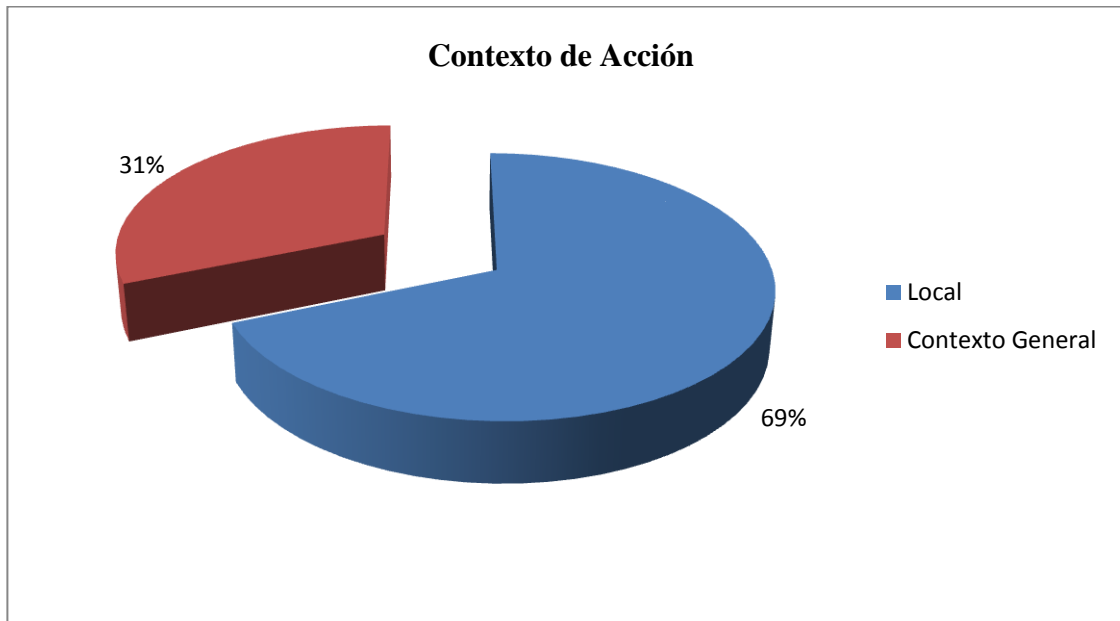
La Gráfica 1 muestra un porcentaje de favorabilidad muy alto que alcanza el **38%** respecto a los programas que son emitidos parte de la semana y parte del fin de semana. Una gran minoría de programas, se habla de un **6%**, están al aire durante la semana y el fin de semana y la misma cantidad, es decir, otro **6%**, son emitidos todos los días, un porcentaje bastante bajo con relación a los demás. Por otra parte es visible que los fines de semana la programación también es variada, ya que un **31%** de los programas producidos por el canal Cartagena se emiten en estos días, por último en la semana, es decir de lunes a viernes, un **19%** de los programas son emitidos en el canal.



Género Televisivo

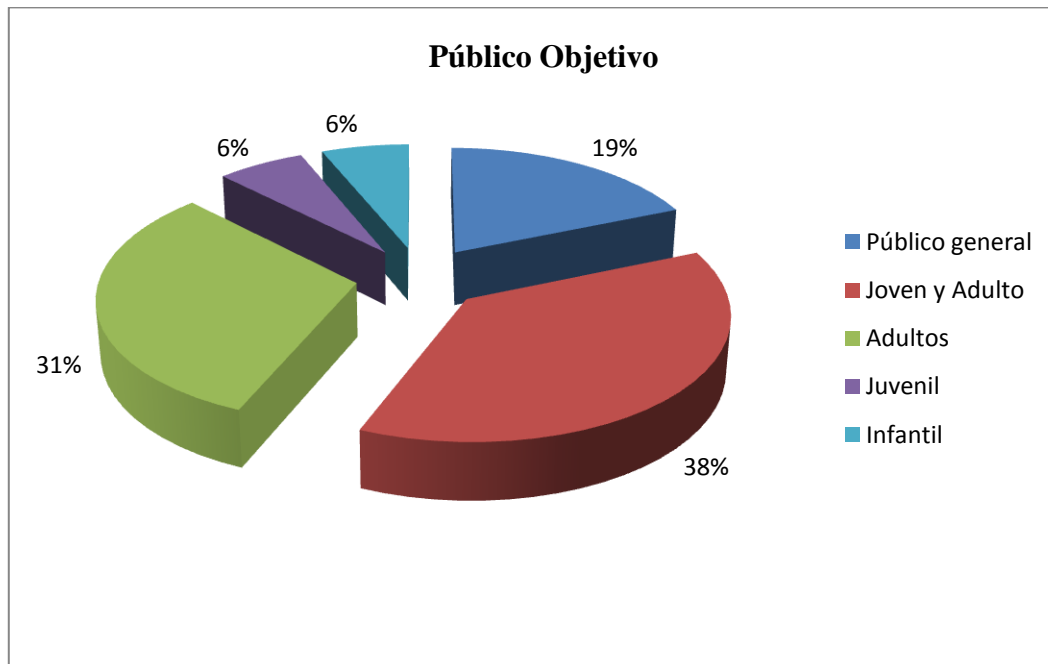
La Gráfica 2 muestra uno de los temas más importantes de la investigación y corresponde al *género televisivo* al cual pertenecen los programas emitidos por el Canal Cartagena. Se puede observar que el informativo y el entretenimiento, adquieren altos porcentajes, quedando demostrado de esta forma cuál es la tendencia del Canal Cartagena en cuanto a sus intereses con relación al televidente: informar y entretener. Un **25%** de los programas están destinados a informar, en este género clasifican los contenidos de opinión e informativos, como las noticias, por ejemplo. Al igual que la categoría anterior, el entretenimiento deportivo alcanza un **25%**, el Canal Cartagena produce programas, los cuales presentan una completa información, principalmente del fútbol, el boxeo, el beisbol y los deportistas locales. Por otra parte el **19%** de los programas son de entretenimiento, los cuales tienen una oferta divertida y “light”. Otro **19%** se relaciona con el entretenimiento musical, los artistas locales, nacionales e internacionales, tienen un espacio en el Canal Cartagena, a través de la programación de videos musicales que en algunos casos hacen los televidentes. Por último el más bajo porcentaje lo alcanza el entretenimiento cultural,

con un **12%**, cifra que llega a ser preocupante, ya que es demasiada escasa la cifra de programas que van dirigidos a hacer un aporte a las identidades culturales de los cartageneros.

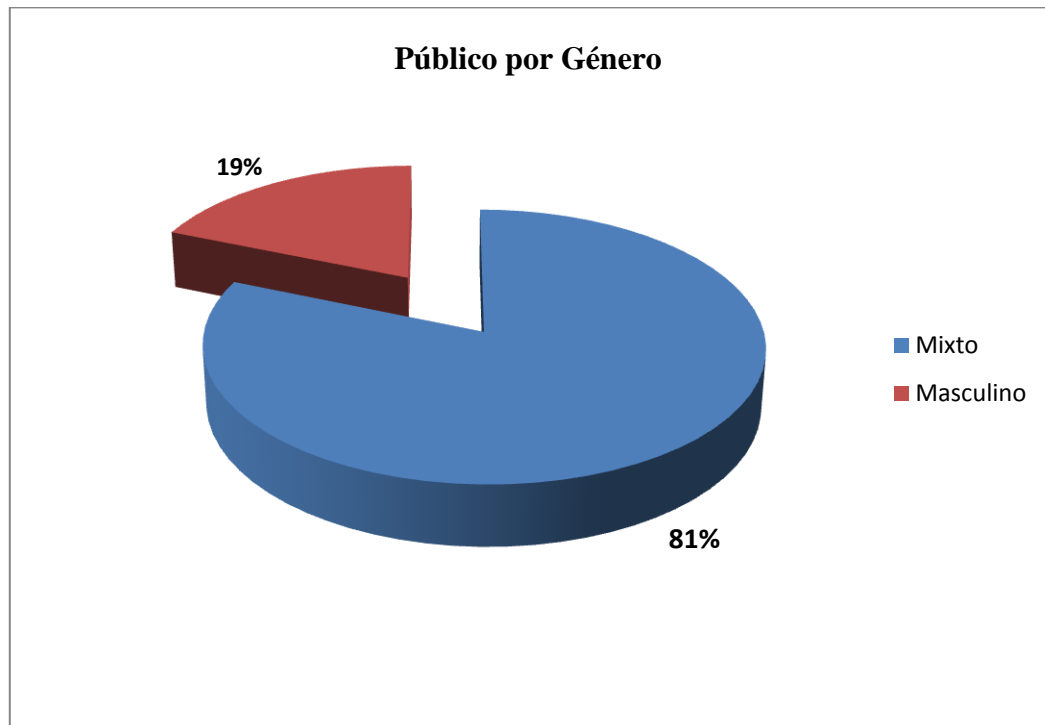


Contexto de Acción (Local o General)

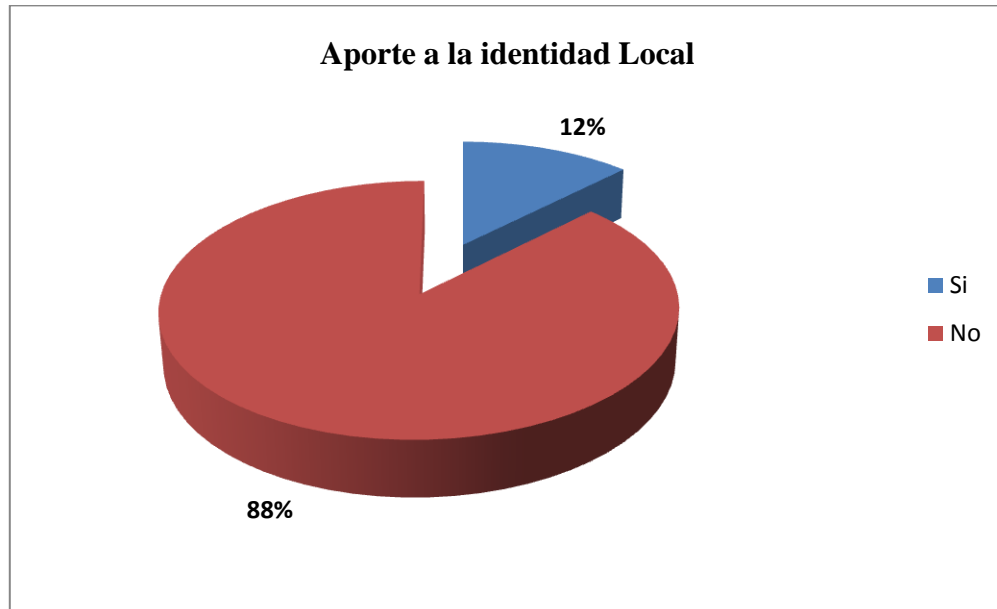
A través de las cifras que arroja la **Gráfica 3** se pretende dar a conocer el contexto el cual el Canal Cartagena convierte en el foco de información, es decir, el **69%** (un alto porcentaje) de los programas emitidos por el canal, concentran su información en lo local; todo lo que tiene que ver con el acontecer cartagenero, en cuanto a la actualidad, deportes, música, farándula, entre otros. Por otra parte sólo un **31%** de los programas, emiten en sus contenidos, información relacionada con un contexto, ya sea nacional o internacional.



La delimitación del público objetivo es uno de los pasos más importantes, si de hablar cuando de hablar de consumo se trata, debe segmentarse y analizarse, dependiendo de la rentabilidad que este aporte a las acciones comunicativas. Si se observa la **Gráfica 4,** esta muestra que el público que más le interesa a Canal Cartagena como consumidor, son los jóvenes y adultos, un **38%** de la programación va dirigida a ellos, mientras que sólo los adultos se convierten en el público objetivo del **31%** de los programas del canal. Sigue el público en general con un **19%**, esta programación puede ser vista por todo tipo de público, teniendo en cuenta el contenido de los programas; el **6%** de la programación va dirigida a los jóvenes y el **6%** restante pretende impactar directamente en el público infantil, Control Kids, es el único programa del canal, que va dirigido especialmente a niños.



Observando la **Gráfica 5**, es evidente que la mayoría de la programación del canal con un **81%** va dirigida a un público mixto, hombres y mujeres. Mientras que una minoría, y se habla sólo del **19%** de los programas emitidos, van dirigidos al público masculino específicamente. Es válido concluir, a partir de los datos ofrecidos por esta gráfica, que en el canal Cartagena existe una deficiencia con el público femenino, ya que no existe un contenido en el canal que vaya dirigido única y exclusivamente a las mujeres.



La **Gráfica 6** muestra que los contenidos de los programas emitidos por el Canal Cartagena, prácticamente no le hacen ningún aporte a la identidad local, teniendo en cuenta el fortalecimiento de la memoria histórico- cultural. Estos programas que no aportan, alcanzan el **88%** de la programación, un alto porcentaje. El **12%** restante que sí aporta, corresponde a Cartagena Soy, una revista turística televisiva que relata la historia de los sitios turísticos de la ciudad de Cartagena.

10. CONCLUSIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

Luego de las entrevistas realizadas a los directivos del Canal Cartagena más específicamente cuando hablaron sobre la situación actual del canal en cuanto a la relación que tiene con la memoria histórico-cultural de la ciudad, se pudo percatar que algunas de sus afirmaciones no van acorde con los contenidos de la programación. Antonio Angulo director creativo considera que la idea del canal era que se *“reconociera como el medio que representa la esencia cultural e histórica de la ciudad”*; sin embargo si miramos detenidamente los programas que ofrecen en su parrilla de programación, la gran mayoría giran en torno al entretenimiento, a la farándula y a los hechos noticiosos e informativos. La cultura de Cartagena no está siendo reflejada en los contenidos en su totalidad, en aspectos como el devenir cultural, la cotidianidad, las necesidades y los problemas que aquejan a los cartageneros. De igual manera se está dejando de lado mostrar toda la influencia que ha tenido la ciudad desde lo cultural, a partir de las nuevas tecnologías de la información.

En lo referente a la historia en la actualidad se puede afirmar que los contenidos son nulos debido a que el programa “Cartagena Soy” es una revista turística dirigida a los visitantes de la ciudad en donde se muestran los lugares históricos de Cartagena, pero no se profundiza la historia en los referente a hechos y acontecimientos que han marcado el rumbo de la ciudad.

Al mismo tiempo es de destacar las producciones que está diseñando y preparando el Canal Cartagena a futuro para la **conmemoración de los 200 años de independencia de la ciudad**. El hecho de que canal está pensando en la realización de dos programas que hacen referencia a los hechos acontecidos el 11 de noviembre de 1811 es de suma importancia, debido a que se trata de ilustrar y de formar a los cartageneros sobre la importancia de conocer la historia de la ciudad y al mismo

tiempo nutre y hace más variada su programación; sin embargo es oportuno señalar ojalá y estos proyectos puedan llevarse a cabo y no se queden en el papel.

De la parrilla de programación del Canal Cartagena se puede concluir que esta tiene como finalidad informar sobre los hechos noticiosos de la ciudad y profundizar en el entretenimiento, el cual se puede percibir en tres lineamientos básicos:

El entretenimiento musical: Esta se percibe en programas como, Control Cartagena, Control Kids y En concierto, los cuales se caracterizan por programar videos musicales que en algunos casos piden los televidentes. En este punto es importante reflexionar ¿Toda la riqueza musical de Cartagena debe ser reducida a la muestra de videos musicales, los cuales en su gran mayoría son de artistas internacionales? Por el contrario es en este punto donde el canal debe ahondar en la participación y el apoyo a los artistas locales desde los distintos géneros musicales; dándolos a conocer de sus historias de vida, mostrando sus obras y creaciones, destacando cuando representan a la ciudad a nivel nacional e internacional etc.

El entretenimiento deportivo: En esta franja se destacan programas como “El pitazo”, el cual es una parodia que a través de chistes y la descomposición de canciones tiene como protagonista al equipo de fútbol local Real Cartagena, el programa “Tiempo extra” dedicado a los fanáticos del fútbol en la ciudad y el programa “ A puño limpio” dedicado al boxeo. Desde el abordaje que el canal Cartagena le da al deporte en la ciudad se puede concluir que le falta muchísimo más cubrimiento y más importancia a los deportistas desde las distintas disciplinas. En Cartagena son muchos los prospectos que están a punto de llegar a las grandes ligas de Beisbol y nadie los conoce. En Cartagena son muchos los futbolistas que se destacan actualmente en distintos equipos de Fútbol a nivel nacional e internacional y son pocos los que conocen de su trayectoria. Se puede afirmar que el canal Cartagena no nutre el sentido de pertenencia de la ciudad desde sus deportistas, teniendo en cuenta que el deporte es una clara manifestación de cultura.

El entretenimiento cultural: Desde los contenidos de la parrilla de programación del Canal Cartagena el único que programa que tiene una relación muy superficial con el tema de la cultura es “Cartagena Soy”, un programa dirigido a los turistas de la ciudad donde se trata de informar sobre la historia de los sitios turísticos. Viendo este panorama de la oferta cultural del Canal Cartagena se puede concluir que el aporte de sus contenidos al desarrollo cultural de la ciudad es casi nulo. Es importante destacar que la mayoría de los programas y los contenidos están dirigidos a Cartagena, pero no se está incentivando el sentido de pertenencia y a la formación cultural; los programas tienden al entretenimiento, no se está apoyando la cultura local desde sus distintas manifestaciones. Los artistas, las deportivas y las distintas creaciones impulsadas desde las artes, no cuentan con el suficiente reconocimiento y apoyo por parte del único medio televisivo de la ciudad: El canal Cartagena.

Por lo anterior se puede concluir que El Canal Cartagena tiene un interés netamente comercial, enfocado en tener el mayor número de audiencia en la ciudad; luego de hacer el análisis de sus contenidos se percibe a través de la parrilla de programación que es un canal decidido a entretener y a mantener informado al televidente y no se trata sólo de mostrar el acontecer cartagenero y de divertirlos, sino también de procurar recordar y conservar esa memoria de quiénes somos y de dónde venimos, así como destacar todos esos rasgos, manifestaciones y costumbres que son únicos y exclusivos de la cultura cartagenera.

En lo referente a líneas de futuras investigaciones sería oportuno hacer un estudio de percepciones desde el punto de vista de los cartageneros como consumidores de los contenidos del Canal Cartagena, esto con el fin de que indaguen, critiquen y manifiesten, cuál es el aporte que le ha brindado el canal a su formación como ciudadano, a fortalecer su sentido de pertenencia de la ciudad y reconocer las distintas manifestaciones culturales que hacen parte de la cultura en Cartagena.

BIBLIOGRAFÍA

DANE (2005). Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Boletín Informativo censo de Cartagena [en línea]. Disponible: www.dane.gov.co [consultado: marzo 28 de 2011].

Diez, Nicolás. (2010). Ponencia “La inmigración como fenómeno mediático”. Presentada en el Simposio de Inmigración y medios de comunicación. Fundación ciudadanía y valores. Febrero 5 de 2011.

Comisión Nacional de Televisión. “Plan de desarrollo de la televisión 2010-2013” [En línea] Disponible: http://www.cntv.org.co/cntv_bop/p_estrategico/plan_desarrollo_2010_2013.pdf [Consultado: Abril 12 de 2011]

Plan de desarrollo económico, social y de obras públicas del distrito turístico y cultural de Cartagena (2008-2011), “Por una sola Cartagena”. [en línea] disponible: http://www.cartagena.gov.co/cache/download/plan_desarrollo_ac.pdf [Consulta: febrero 5 de 2011].

UNE (2009). Empresa de Telecomunicaciones UNE. “Informe audiencia Canal Cartagena”. [En línea] disponible: Calameo: <http://en.calameo.com/read/00033606960ce470bae20> [Consulta: febrero 10 de 2011].

Usme, Zuly. (2010). Cocina, texto y cultura. Bogotá: INPAHU.

Austin Tomás. (2000) “Para comprender el concepto de cultura” [en línea] disponible: Revista UNAP Educación y

Desarrollo:<http://tallersepulveda2008.files.wordpress.com/2008/04/cultura-2-austin2.pdf>
[Consulta: febrero 20 de 2011].

Barbero Jesús, Rey Germán, Rincón Omar (2000) “Televisión pública, cultural, de calidad” [en línea] disponible: Revista Gaceta http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/television/textos/martin_barbero_tvpublicacalidad.htm [Consulta: marzo 12].

Meyer José. (2004). “Cultura mediática y audiencias regionales: El consumo cultural en la ciudad de Puebla”. [en línea] disponible: Dialnet.uniroja.es: <ftp://tesis.bbt.k.ull.es/ccssyhum/cs164.pdf> [Consulta: Febrero 20 de 2011].

Fernández Valeria. (2007). “Medios de comunicación, mercado y cultura. ¿Qué lugar para la ciudadanía? [En el línea] disponible: Revista Kairos <http://www.revistakairos.org/k20-archivos/ciudadania.pdf> [Consulta: marzo 19 2011].

Ministerio de cultura, convenio Andrés Bello (2003). Impacto económico de las industrias Culturales en Colombia. Bogotá: CERLALC.

Bonavetti Paola (2008). “Culturas populares ¿culturas invisibles? Acción y reacción de los sectores populares ante la escasa representación de los Estados- Nación [en línea] disponible: Dialnet.uniroja.es: <http://www.culturaspopulares.org/textos7/articulos/bonavitta.pdf> [Consulta: Abril 28 de 2011].

Sampieri- Bunge- Eco. (2002) “Metodología de la investigación científica” [en línea]. Disponible: <http://www.altillo.com/examenes/uces/publicidad/metodic/metodic2002sbe.a.sp> [Consulta Febrero 20 de 2011].

Molano Olga (2004). "Identidad cultural, un concepto que evoluciona". [en línea].
Disponible:

<http://foros.uexternado.edu.co/ecoinstitucional/index.php/oper/article/viewFile/1187/1126> [Consulta febrero 21 de 2011].

Ranzolín Flavia (2008). Integración cultural en la era de la globalización: Construyendo la nueva Babel. Caracas: UCAB.

Presidencia de la República (2010). "Gobierno presentó las bases del 'Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014: prosperidad para todos'" [en línea] Disponible:
http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2010/Noviembre/Paginas/20101112_10.aspx.
[Consulta 11 de 2011].

Moreno, I. (2008). La identidad cultural de Andalucía. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, (p.261)

Moragas, M. (1985). Sociología de la comunicación de masas, Tomo II. Barcelona: Gustavo Gilli.

ANEXOS

Anexo 1: Entrevistas aplicadas por la unidad investigativa

La televisión cartagenera y las identidades culturales locales

Dirigido a: Nabil Baladi, gerente del Canal Cartagena

Propósitos de la entrevista:

- Conocer cuál es la posición del Canal Cartagena frente a la relación que puedan tener los contenidos de sus programas emitidos con los rasgos de identidades culturales locales.
- Conocer la contribución del Canal Cartagena como medio de comunicación, a la recuperación y fortalecimiento de la memoria histórico- cultural local.

Tiempo estimado: 45 minutos

1. ¿De qué manera la cultural local cartagenera es tomada en cuenta en la construcción o selección de contenidos?
2. ¿A qué público específico se dirige el Canal Cartagena desde su parrilla de programación y que impacto espera tener en esas audiencias a quienes se dirige?
3. ¿Qué aportes específicos consideran ustedes que el Canal Cartagena hace a la ciudad teniendo en cuenta sus rasgos y sus tradiciones histórico-culturales?
4. ¿De qué manera el Canal Cartagena se viene conectando con el "espíritu" de celebración del bicentenario y que acciones o proyectos específicos

vienen trabajando en aras de traer a la memoria de los cartageneros los logros y desafíos obtenidos luego del primer grito de la independencia?

5. ¿Qué fortalezas tiene el Canal Cartagena en cuanto a la idea de aportar al desarrollo sociocultural de esta ciudad?
6. ¿Qué debilidades o aspectos por mejorar tiene el Canal Cartagena en cuanto a la idea de aportar al desarrollo sociocultural de la ciudad?

Anexo 2: Entrevista hecha a Nabil Baladi, Gerente de Canal Cartagena

Karen Visbal: ¿De qué manera la cultural local cartagenera es tenida en cuenta en la construcción o selección de contenidos?

Nabil Baladi: En realidad la cultura es el casi que el contenido más importante en el canal, quisiéramos todavía hacer más en cuestiones de cultura, pero algunas cosas que se hacen en ese campo requieren de mucho capital y que no tenemos, pero dentro de todo lo que es el mismo canal yo considero que cultura no es solamente pintura, o sea, pintores, escritores, músicos, sino también parte de la cultura es el deporte, entonces esas dos cosas, esos dos temas son bien importantes para todo lo que hacemos... la cultura es cómo nos vemos, cómo somos, así producen en realidad el espíritu que tenemos, eso hay que mostrarlo, hay que darle importancia, la gente se tiene que ver como es, y se ve a través de la cultura .. Entonces el canal tiene bastantes horas a la semana dedicadas a la cultura, al músico local, el pintor local, el deportista local... Todo lo que nos interesa en la localidad y al mismo tiempo cuando los cartageneros salen afuera... o sea, que los seguimos, los buscamos y miramos cómo les va en el exterior o dónde les toca presentarse, ya sea en las artes o en el deporte por fuera de Cartagena, entonces la cultura es bien importante... **José**

Donado: ¿cuántos programas tienen enfocados a la cultura? **N.B.:** Como 8, ahora mismo en la cabeza no los tengo para mencionártelos rapidito, yo creo que hay como 8 programas enfocados a la cultura y ahí es donde estamos al mismo tiempo buscando crecer con una nueva programación que se está diseñando y que esperamos comience ahora en mayo hay que está enfocada también a reforzar la cultura.

K.V.: ¿A qué público específico se dirige el Canal Cartagena desde su parrilla de programación y que impacto espera tener en esas audiencias a quienes se dirige?

N.B.: Bueno, nosotros somos un canal que va por cable, no va por la antena... eso significa que estamos con el público que tiene nuestro cable operador que es UNE... y UNE es el proveedor de cable más importante en la ciudad, casi que un 90% el cable de una sobre las otras compañías de cable que apenas comenzaron su proceso de llegar a la ciudad hace poco tiempo y por los estudios que hemos hecho nos dice que una tiene una fortaleza en los estratos 2,3,4 y 5 y ahí es donde el canal más penetra, hace unos años tenía el 100% del estrato 6, pero eso son los televidentes, digamos los televidentes que menos nos ven, están más pendiente de la televisión internacional y la televisión nacional, que verse como son , entonces yo te diría que el canal por su programación está más hecha para hombre que para mujeres, tenemos muy pocos programas para mujeres, no tenemos nada, entonces también tenemos una programación para gente joven, bastante programación de gente joven que permite que los muchachos estén pendiente del canal, incluyendo hasta los niños, con programación para niños, vamos a trabajarle un poquito más en programación para mujeres a buscar a la ama de casa, las mujeres que salen a trabajar pero que llegan temprano a la casa.... **J.D.:** Usted se refiere a lo que la gente quiere ver o a lo que usted le quiere mostrar a la gente... **N.B.:** ese es un debate, nosotros hacemos todos los años, al igual que todos los medios un estudio, y parte de los estudios es qué quiere ver la gente y si uno no trabaja en lo que quiere ver la gente uno no puede hacer ningún trabajo, porque los zapatos que compras te estudiaron

y te dijeron cómo son los zapatos que quieres usar, igual que las camisas, igual muchas de las cosas que uno compra y adquiere y usa todos los días, para poder ser exitoso hay que producir lo que la gente quiere y uno dentro de su trabajo eso es lo que hace, estudia quien me ve y que es lo que esa persona quiere ver, entonces uno produce lo que ellos quieren, que es el contenido, porque el contenido tiene que gustar, porque si el contenido no gusta, nadie te ve.. para eso el televidente tiene un control en la mano que maneja a su gusto y hoy hay 70 canales que puedes ver y escoges en esos 70 canales qué quieres ver, entonces si te marcan y lo están viendo a uno entonces es porque uno está haciendo cosas que ellos quieren y que se ven a través de ellos... .. ahora qué muestra uno, uno estudia, analiza, mira además de la capacidad técnica, la capacidad humana al producirlo y cuánto le vale dependiendo de eso uno lo monta o no lo monta porque uno no está aquí para hacer trabajos donde uno pierda dinero.. Porque la empresa no vive, no se le puede pagar el sueldo a la reina, porque uno no va a estar perdiendo plata aquí, entonces hay que hacer cosas que produzcan dinero, y producen dinero porque la gente las ve... Entonces así el publicista, las compañías que quieren ver productos le pautan a uno... **J.D:** ¿si estuviera en sus manos la posibilidad de cambiar la forma de que es lo que se muestra es lo que quiere consumir la gente y mostrara más lo que es la cultura, que la gente consume cultura, estaría dispuesto a hacerlo a lo haría igual como lo ha hecho hasta ahora... **N.B.:** ¡igualito!! Tú estás en la escuela para aprender, la televisión no enseña, la televisión entretiene e informa, esa es la labor de la televisión; si la quieres poner a enseñar más de uno te apaga el canal, porque la gente en el televisor quiere entretenerse y estar informado de lo que pasa en su barrio, en su ciudad, en su país y en el mundo, entonces si uno se pone a educar a la gente, mira los canales educativos, hay canales que se dedican a eso, a educar de ciertas cosas,, o sea n realidad muy pocas personas lo ven y después educan muy poco, porque la educación debe ser en el aula, ya sea en la universidad o en el colegio, pero debe ser en el aula con un profesor, con tecnología hoy en día, pero en el aula y no nosotros en la televisión educar.. Ni los canales como discovery educan, te dan a conocer cosas y la gente cree que están educadas, pero no saben nada.. o sea tienen es un pequeño conocimiento de un problema

o de alguna situación que te muestran, pero eso no te educa, si te quieres educar no es en 30 minutos que vas a salir educado, tienes que ir a una escuela donde en 1 año dos años vas pasando diferentes niveles.. o sea que nosotros aquí estamos para divertir e informar.. Eso es lo que hace la reina, divierte, entretiene e informa (en risas).. .. Verdad que la televisión no es un medio que educa, de eso hay debates entre la gente porque unos dicen que si... Eso, la educación, eso está es en los colegios, usted cuando nace comienzan a educarte en un hogar y del hogar pasas a un estado pequeño de educación, comienzas a educarte a vivir en familia, a respetar las instituciones como el gobierno, la iglesia, el ejército, la sociedad civil, y ya cuando llegas a la universidad entonces ya es lo que tu escogiste para hacer en la vida. **J.D.:** sin embargo el poder de la t.v. es algo tan... **N.B.:** para informar y divertir. . **J.D.:** tiene un poder inmenso... **N.B.:** es que el poder es inmenso porque la gente la ve y por eso es el poder nada más, porque si no la vieran mucho, es igual que la prensa, igual que la radio, mucha gente oye radio, ven cosas en el periódico, no todo es en video y los medios de comunicación por eso tienen un poder.. es como la iglesia, la iglesia tiene un berraco poder dentro de la sociedad, la sociedad tiene diferentes grupos que hacen un juego de poder y en eso está el Estado y está la parte legislativa también es poder, pero los medios tenemos dentro de nuestra función un poder que nos da el mismo medio, pero como te digo ese poder no lo puedes utilizar para educar... ahí nosotros vamos a arrancar más o menos como 6 o 7 campañas, bastante grandes de cómo estudiar, analizar, bien la gente los candidatos que se van a lanzar pero el poder es de la gente.. Que nosotros tengamos más preferencia por uno que por otro, ahí es donde está el poder de uno, pero la gente es la que decide por quién vota y las campañas que nosotros vamos a montar es mire bien, estudie la hoja de vida, analice su candidato, qué propuestas tiene, cómo se comporta delante de usted o en su barrio y tome una decisión y salga a votar, por alguien o en blanco, pero que vote... tenemos poder, sí, porque eso los da el mismo medio.. Pero, fíjate el ejército tiene poder, esa noticia y que somos el cuarto poder una no tiene ninguna importancia...

K.V. ¿De qué manera el Canal Cartagena se viene conectando con el "espíritu" de celebración del bicentenario y que acciones o proyectos específicos vienen trabajando en aras de traer a la memoria de los cartageneros los logros y desafíos obtenidos luego del primer grito de la independencia?

N.B.: Fíjate que con el tema del bicentenario tengo un dolor intenso, porque cuando la doctora Judith pinedo salió elegida un día me senté con ella y le mostré la importancia que tenía el último año de su gobierno, que el último mes íbamos a estar celebrando los últimos 200 años de independencia y que el canal y mi persona se ofrecían, sin costarle un peso a la alcaldía, para programar y diseñar todo lo que íbamos a hacer en ese último año de gobierno con relación al bicentenario, de una oportunidad de unir a la ciudad a través de un evento, de una celebración que podía beneficiar a Cartagena desde muchos puntos de vista, desde muchas acciones que íbamos a hacer a nivel nacional, trayendo recursos del gobierno y de grandes empresas colombianas que aman a Cartagena... te digo que hablé con la alcaldesa como 8 veces del tema después de ser posesionada, y siempre había como una aceptación de que era importante, pero no se tomaba ninguna decisión, ni se nombraba a alguien, ni se tomaba una acción, fueron tantas las veces que le dije, ya después le decía cada 4 cada 5 meses, para no volverme intenso que me nombró en la comisión asesora del bicentenario, creo que eso es en lo único que vamos a aparecer, porque en verdad hasta hace dos meses la alcaldía nombró a alguien que ya hoy renunció al puesto y en realidad lo que se hace siempre se le pone el bicentenario ahí al lado, para decir que se está haciendo algo, pero pasará esta celebración sin pena ni gloria en la historia de la ciudad, porque no dejaremos nada importante, para que quede para la historia... estas son las cosas bonitas cuando uno deja algo para la historia y no para un ratico, porque cuando se quedan cosas para la historia hay la posibilidad de que la gente las visite, las admire, las aprecie, y digan mira que chévere, eso es parte de lo que somos, pero aquí no va a quedar nada de eso.. entonces el canal en su desarrollo interno tiene dos grandes proyectos enfocados al bicentenario, estamos ahora mismo en la producción de ellos: 1. Vamos a contar en unos 10 capítulos, los 200 hechos más

importantes de los últimos 200 años, ya se escogieron los hechos y estamos en su producción, esperamos tenerlos al aire en el mes de septiembre y esperamos hacer, si logramos comercializarlo, un dramatizado que va a contar una historia muy bonita de un estudiante que en su clase de historia entra a investigar cuáles fueron los hechos importantes en 1811 y así se monta una historia muy bonita que estamos también próximos a comenzar, entonces esta historia va a tener 13 capítulos y también esperamos sacarla al aire como en septiembre, octubre que estemos más cerca al bicentenario, eso nos va a servir para dejarle a la ciudad 2 documentos... uno un dramatizado de televisión sobre qué pasó hasta el 2011, pero visto desde la óptica de un muchacho de hoy en día y de su investigación montado como un dramatizado, como si fuera una novela y el otro ya son hechos reales, los 200 más importantes... **J.D.:** ¿en cuanto a producción cómo lo van a hacer?? **N.B.:** se dividieron los 200 años en 4 épocas y cada época tiene un número de capítulos, algunas más que otras... **J.D.:** ¿pero, tipo dramatizado?? **N.B.:** no muy poquito... Se va a hacer contando, algunas fotografías y cosas así... **J.D.:** ¿Estilo documental? **N.B.:** tipo documental, sí!... también el programa que ahora va a comenzar a las 6 de la mañana, también va a tener una sección de eso, dedicada al bicentenario, para darle a conocer a la gente hechos importantes de los últimos 200 años.. Caro de Pombo está trabajando en esos hechos... lástima que no nos dieron la oportunidad de servirle a la ciudad, habiendo organizado el proceso porque si tu trabajas con tres años de anticipación puedes tener una organización muy linda y de hacer cosas muy grandes ... Pero ya la verdad el mismo año que comienza no dio tiempo de hacer nada, ni de mover recurso, ni de nada... yo terminé diciéndole a Judith que no me nombrara, que nombrara a la Chica Morales, a quien ella quisiera, pero que hicieran algo.

K.V: ¿Qué fortalezas tiene el Canal Cartagena en cuanto a la idea de aportar al desarrollo sociocultural de esta ciudad?

N.B.: En verdad no tenemos ninguna fortaleza, el canal Cartagena está sirviendo en principio para desarrollar la proyección local. **J.D.:** De hecho es el principal referente...

N.B.: De hecho es el único, porque Telecaribe que está celebrando veinte seis años, muy poco fue lo que hizo en la ciudad en televisión, porque casi que se lo tomaron los barranquilleros y las empresas de aquí han sido muy poquitas las que han producido para Telecaribe. Nosotros apenas estamos comenzando el trabajo, apenas estamos empezando a nacer como empresa. Yo todavía pienso cobrarle a ustedes en vez de pagarles por lo poco que traen después de cinco años en una universidad, en la universidad como que no les enseñan mucho porque aquí tiene que arrancar casi que de cero. Estamos haciendo pero poco a poco porque somos una empresa pequeña, porque somos una empresa nueva y porque el medio está mejorando día a día como te digo y eso está permitiendo que podamos tener más influencias y hacer mejores productos y así ayudar a la ciudad.

K.V. ¿Qué debilidades o aspectos por mejorar tiene el Canal Cartagena en cuanto a la idea de aportar al desarrollo sociocultural de la ciudad?

N.B.: Las debilidades son todas porque somos débiles en la parte tecnológica, somos débiles en la parte de recursos humanos, somos débiles económicamente, las debilidades las hemos venido atacando sino ya yo no estuviera aquí. Esta es la única empresa que me ha puesto a llorar de las tres compañías que he tenido en mi vida por lo mala que era la gente que trabajaba, profesionalmente un nivel muy pobre y poco a poco como te digo hemos venido recibiendo mejores profesionales. En la parte económica también hemos venido creciendo y eso nos está permitiendo hacer más cosas y al hacer más cosas podemos aportar más pero poquito porque el mercado no es un mercado grande que nos va a permitir crecer verracamente. Entonces el aporte que hacemos no puede ser brillante por esa misma razón y si no hay recursos porque los recursos son muy pocos y los recursos humanos y económicos entonces tecnológicamente de a donde sacamos la plata ósea sacamos una cámara sofisticada y nadie la sabe usar, entonces no podemos traer ese nivel de sofisticación porque entonces la gente no está preparada para

manejarlo, ósea hay que educarlo entonces es un proceso. Tenemos debilidades pero las estamos trabajando y si no hubiéramos estado mejorando, años tras años ya yo hubiera tirado la toalla pero hemos venido avanzando, hemos venido aportándole a la ciudad y eso es lo que hace que en cierta forma el mismo trabajo sea agradable o se vaya mejorando, eso es una pregunta muy grande para una compañía pequeña, quisiéramos hacer mas pero no se puede, es difícil ser un canal local de televisión y tener una gran empresa. Es difícil porque localmente y más una ciudad como Cartagena donde la empresa local no produce productos de consumo masivo sino materia prima. Un canal local en una ciudad como Cartagena no le es fácil crecer. La verdad es que hacemos algo pero poco porque no es mucho lo que podemos aportar.

Anexo 3: GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Dirigido a: profesionales y especialistas en el tema cultural o mediático en relación con las identidades culturales.

Propósito de la entrevista:

- Profundizar desde la opinión de especialistas lo que significan los rasgos culturales del Caribe y de Cartagena en particular en consonancia los enfoques teóricos de hibridación y heterogeneidad cultural.
- Profundizar sobre el rol de los medios de comunicación televisivo y su posible incidencia en la reconstrucción de la memoria histórica local.

Tiempo Estimado: 45 minutos

PREGUNTAS DIRECTRICES

1. Es claro que el Caribe es una mezcla de culturas, es un encuentro multicultural de mundos y etnias, en tal sentido ¿es correcto pensar que en el Caribe o en Cartagena en particular no se debe hablar de identidad cultural, sino de identidades culturales, que piensa usted al respecto?
2. Sin embargo, parece que cada cultura indistintamente de los procesos de hibridación cultural o transcultural en los que se han visto sometidos han ido generando algunos rasgos culturales muy ligado a la historia y muy ligado a los comportamientos y formas de vida que trae cada época, por ello, nos gustaría preguntarle ¿Qué rasgos culturales se han hecho presente en los momentos de la historia de Cartagena o del Caribe y de qué manera se han hecho visible en la música, las artes y las formas de de vida...?
3. Estamos en un año especial por el hecho de que se avecina la conmemoración de los 200 años de independencia, ¿Qué lecciones tendríamos que aprender

como pueblo Caribe y Cartagenero de lo que ocurrido en el grito de independencia? ¿Qué cosas deberían hacer la ciudadanía, los gobiernos y las escuelas en este periodo de celebración bicentenaria en aras de ir reconstruyendo una memoria histórico-cultural de la ciudad o del Caribe General?

4. Ahora Profundizando en el tema de la comunicación social, nos gustaría preguntarle ¿Cuál cree usted que son las debilidades más evidentes que tienen los medios de comunicación en especial de la televisión regional o local frente al tema de la Cultura Local o Regional?
5. Si usted fuera director de un medio de comunicación o le invitaran a formar parte de una junta de programación de un medio regional, más específicamente de la televisión ¿Qué cosas ajustaría en la programación de esos medios de comunicación televisivos para que hicieran un aporte más profundo y significativo al contexto Cultural de la Región Caribe y de Cartagena hablando de forma particular?
6. Respecto al tema del Bicentenario, ¿Cuál cree usted que serían las agendas informativas que deberían estar abordando los medios de comunicación frente a lo que pasó en 1811 en la ciudad de Cartagena? ¿Qué temas de debate y de discusión deberían estar gestando los medios de comunicación local frente al bicentenario y su relación con el panorama sociocultural y sociopolítico actual?

Anexo 4: Entrevista hecha a Ricardo Chica, docente del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

Karen Visbal: Es claro que el Caribe es una mezcla de culturas, es un encuentro multicultural de mundos y etnias, en tal sentido ¿es correcto pensar que en el Caribe o en Cartagena particular no se debe hablar de identidad cultural, sino de identidades culturales, que piensa usted al respecto?

R.C.: Hay que hablar de identidades, en plural, por una sencilla razón... las identidades están en un devenir, las identidades están relacionadas con el paso del tiempo y por lo tanto las identidades responden a unas gerencias.. a unas herencias genéticas y otras que tienen que ver con las prácticas culturales, las creencias, los valores.. las visiones de mundo y además todo ese devenir identitario se va reformulando.. Se va rehaciendo, se va reinventando, se va re- creando, por eso es que no se puede hablar de una sola identidad.. Porque generación tras generación se van retomando elementos que vienen de atrás o van emergiendo elementos nuevos... entonces por eso es que no se puede hablar de una sola identidad. **K.V:** tiene que ver con que nosotros adoptemos cosas de otras culturas? **R.C:** sí en definitiva esa adopción que tú estás señalando, está referida a que no hay una sola matriz cultural local totalmente aislada, no! Eso no es así... sino que interactúa con otras matrices culturales... vienen dadas por los intercambios que hay por diversos agentes culturales... por ejemplo un agente cultural clave son los inmigrantes... otro agente cultural importante es lo que tiene que ver con la vida de muelle, especialmente los puertos, eso pasa mucho, pasa cada vez menos... pero en definitiva el evento socio-cultural y tecnológico que hay en este momento tiene que ver con los medios de comunicación y con la internet.

K.V: Sin embargo, parece que cada cultura indistintamente de los procesos de hibridación cultural o transcultural en los que se han visto sometidos han ido generando algunos rasgos culturales muy ligado a la historia y muy ligado a los

comportamientos y formas de vida que trae cada época, por ello, nos gustaría preguntarle ¿Qué rasgos culturales se han hecho presente en los momentos de la historia de Cartagena o del Caribe y de qué manera se han hecho visible en la música, las artes y las formas de de vida...?

R.C.: Lo que pasa es que hay que tener en cuenta que nosotros estamos ubicados geográficamente, en la cuenca del Caribe... en la cuenca del Caribe el territorio no es de tierra, sino de agua... y ese territorio de agua liga a 32 países.. desde la islas menores, las micro-islas hasta el país más grande que es los estados unidos, entonces qué pasa, que realmente el mapa de intercambios de lo que significa el Caribe va desde Nueva York hasta el norte de argentina y desde el golfo de México hasta las costas africanas, hasta cabo verde, si te das cuenta es un área inmensa y entonces las matrices culturales están marcadas profundamente por lo que es la religión y por supuesto estamos hablando del cristianismo y el cristianismo en el Caribe, en América latina significa muchas cosas, porque no es lo mismo el cristianismo del vudú en Haití, que el cristianismo de Carlos Bren en Brasil o el cristianismo en palenque o el cristianismo de los indígenas, entonces eso hay que tenerlo muy, muy en cuenta, yo me voy por el lado geográfico porque es más fácil visualizar la complejidad de los intercambios, de los intercambios y te hablo de religión, pero también te puedo hablar por supuesto de culinaria o de gastronomía y de música... porqué estos tres elementos? porque estos tres elementos aglutinan muchísimo, tú te puedes ir a vivir por ejemplo a Alemania, 20, 25 años, puedes tener hasta nietos allá, pero lo que más te vincula, el elemento identitario que más te vincula a tu origen es la gastronomía, o sea el arroz con coco, una carimañola, una Kola Román, entiendes eso no se te olvida, porque eso está.. la gastronomía como uno la deglute, como uno la degusta, eso significa que tiene unos niveles de apropiación cruciales y vitales para el individuo por eso es que la gastronomía es un poderoso elemento identitario... .. la música tiende a fusionarse mucho , la religión también entra en unos grandes

procesos de negociación y bueno también tenemos otro elemento identitario que es la lengua... las lenguas como se sabe son muy dinámicas y si hablamos del Caribe mucho más, porque por ejemplo aquí en Colombia tenemos el Creol en las islas de san Andrés y Providencia y tenemos el palenquero, es decir que son producto de unas fusiones ... fusiones lingüísticas que se han dado a través de una historia llena de muchas contradicciones... y si nos vamos al gran Caribe también encontramos una gran cantidad de lenguas holandés, mandarín, inglés... bueno! una gran cantidad de lenguas coloniales o lenguas emigrantes o lenguas que están amenazadas... pero qué es lo que nos aglutina?? Eso!

K.V.: Estamos en un año especial por el hecho de que se avecina la conmemoración de los 200 años de independencia, ¿Qué lecciones tendríamos que aprender como pueblo Caribe y Cartagenero de lo que ocurrido en el grito de independencia? ¿Qué cosas deberían hacer los ciudadanía, los gobiernos y las escuelas en este periodo de celebración bicentenario en aras de ir reconstruyendo una memoria histórico-cultural de la ciudad o del Caribe General?.

R.C.: A mi juicio yo no estoy muy satisfecho con la forma en que se ha celebrado el bicentenario, me parece que es un asunto bien complejo.. Para mí lo más complejo es que el bicentenario ocupe un lugar importante en la agenda social, o sea que todo el mundo se tematice sobre la importancia del bicentenario y haga un alto en el camino y reflexione qué somos como proyecto de sociedad... Por ejemplo cuando tu miras la noticia de ese muchacho pandillero que mataron el fin de semana y luego lo enterraron ... fue un entierro con una fuerza simbólica, de cultura violenta ¿no? que lo sacan del ataúd y le dan ron y tiene que venir la policía porque sino ellos se desmadran por la avenida Pedro de Heredia.. Esos entierros que se dan así de los pandilleros en los sectores populares nuestros, esos elementos son los que tú tienes que relacionar con el bicentenario... qué tienen que ver esos elementos de violencia de nuestra juventud con los antecedentes históricos, para poder responder la pregunta

de por qué somos así .. o por qué existen u ocurren esas manifestaciones y la respuesta es sencilla son 200 años de historia llena de exclusión llena de contradicciones, una historia llena de discriminaciones, una historia llena de cosas terribles, donde a la gente se le despoja y se le desconocen todos sus derechos y sencillamente quedan al margen, son 200 años de historia de la marginalidad y así tú puedes llegar hasta el ejemplo del entierro que dije... **K.V.:** y la junta encargada de la conmemoración del bicentenario? **R.C.:** pues si ellos están haciendo unos eventos conmemorativos, también promueven una serie de actos que son simbólicos de esa conmemoración, entonces, por ejemplo se hacen obras, se hacen eventos, se hacen conversatorios, etc etc etc, pero para mí es un asunto que queda casi que en lo anecdótico, pero realmente hasta qué punto todos esos elementos contribuyen a esos 200 años de esa historia de la exclusión... .. ahora se está haciendo lo mismo, porque la recuperación de puerto duro es una obra del bicentenario, y también la ciudad del bicentenario, o sea sí hay obras, pero como el mismo parque centenario como tú dices está lleno de putas, o sea se llama el “puticentenario” ya , entonces eso es lo que me parece que uno tiene que detenerse un momento y buscar estrategias que pongan la celebración del bicentenario en una agenda social, en donde la gente reflexione sobre lo que significan 200 años de exclusión.

K.V: Ahora Profundizando en el tema de la comunicación social, nos gustaría preguntarle ¿Cuál cree usted que son las debilidades más evidentes que tienen los medios de comunicación en especial de la televisión regional o local frente al tema de la Cultura Local o Regional?

R.C.: Yo no podría responderte eso porque no tengo elementos... lo que sí tengo claro es que las políticas culturales de la ciudad y de la nación son bastante limitadas, bastante precarias, primero porque estamos en una reflexión en desarrollo, estamos en un debate de lo que significa la cultura en Colombia y en las distintas partes de

Colombia, primero eso y segundo porque hay muy pocos recursos económicos; entonces qué pasa, que para mí no se trata incluso de debatir qué presenta o qué no presenta el Canal Cartagena, no para nada! para mí hay que debatir las políticas culturales de medios y de cultura en Colombia, que es muy distinto y que a nivel de Cartagena yo creo que ese debate es muy insipiente, es un debate que no se ha dado, entonces cuáles son los términos de ese debate, qué es lo que se tiene que privilegiar cómo se deben privilegiar las distintas poblaciones, o los distintos grupos sociales, a mi me parece que el foco del problema no es la parrilla de un canal por o y para mí la política pública de medio de cultura ... va más hacia el gobierno que lo promueva y lo defina, claro porque sino el empresario individual, hace lo que considere y está en todo su derecho.

K.V.: Si usted fuera director de un medio de comunicación o le invitaran a formar parte de una junta de programación de un medio regional, más específicamente de la televisión ¿Qué cosas ajustaría en la programación de esos medios de comunicación televisivos para que hicieran un aporte más profundo y significativo al contexto Cultural de la Región Caribe y de Cartagena hablando de forma particular?

R.C.: Para responderte esa pregunta tengo que definirte primero a qué se refiere con cultura cuando hablamos en el canal de televisión y la verdad es que la cultura son todos los contenidos... Hasta un canal pornográfico es cultura, porque tu tienes que distinguir la cultura como debate académico y lo cultural como prácticas dadas en lo cotidiano... entonces una práctica cotidiana que tiene que ver con lo cultural, es el modo como nos vestimos, las canciones que están de moda, las tecnologías que nos ofrecen, los modos de consumo en un supermercado... esas son las prácticas culturales cotidianas, el modo como nosotros nos comportamos en la vía, la cultura sexual o las prácticas sexuales, la vida nocturna, todo eso son prácticas... por lo tanto los contenidos de la televisión son culturales, y si tu a mi me preguntas que si yo

fuera dueño de un canal qué programaría en términos culturales, yo te respondo lo que de más plata, porque la televisión es carísima y es difícil de hacer, sobretodo en un entorno como el nuestro, donde la economía es tan precaria, entonces hay que programar lo que de más reiting y lo que de más plata, no hay de otra **K.V.:** es decir que si yo programo algo relacionado con un museo, la gente no lo va a ver... yo te puedo decir hay canales culturales ya en la oferta de canales de televisión, hay muchos canales culturales, y todo no depende solamente de la oferta de canales o de contenidos, todo depende también de la formación del público... **K.V.:** Es decir no es lo que uno quiere mostrar como medio, sino, lo que la gente quiere consumir... exactamente por eso es que te digo, ojo porque las políticas culturales, las políticas de comunicación y las políticas de educación tienen que ver mucho, muchísimo... o sea la gente tiene que estar formada, entonces ajá, si lo que hay es regueton, champeta y vallenato y tenemos alguna monstruosidad, como 8000 pandilleros y no sé cuantos picós y una calidad educativa baja... bueno qué más quieres? Tú no les puedes presentar a Bethoven y a Bass... entiendes? Ahora yo no quiero que me confundas, porque para íi no hay alta cultura, ni baja cultura, a mí lo que me parece es que lo que hay es piezas culturales mal hechas y piezas culturales bien hechas... por ejemplo yo detesto la champeta local por mal hecha, no porque no me guste, por mal hecha, porque está mal cantada, mal producida, mal confeccionada, ya? Pero tú miras la misma champeta hecha en las Antillas, eso es otra vaina!!! Eso es otra cosa!!! Hasta el sentido de la letra es diferente, me entiendes, entonces, ojo! Es cuestión de que somos increíblemente mediocres... nuestras políticas culturales en la comunicación, en la educación y en la misma cultura y estamos muy esquematizados y muy estereotipados... esa mediocridad también está conectada con la pobreza terrible que nos embarga... o sea es una pobreza socio- económica y somos víctimas de una exclusión tan horrorosa, que ajá me entiendes, culturalmente ¿qué se puede producir ahí?

K.V.: Respecto al tema del Bicentenario, ¿Cuál cree usted que serían las agendas informativas que deberían estar abordando los medios de comunicación frente a lo que pasó en 1811 en la ciudad de Cartagena? ¿Qué temas de debate y de discusión deberían estar gestando los medios de comunicación local frente al bicentenario y su relación con el panorama sociocultural y sociopolítico actual?

R.C.: A mí me parece que la agenda hasta ahora.... O sea yo tengo la impresión de que se hace lo que se puede, pienso también... sencillamente lo único que yo integraría sería la pregunta por los sectores populares en los 200 años de historia de independencia, es lo que menos se privilegia... si tu miras están los próceres, las grandes fechas, los grandes acontecimientos, pero nunca se habla del pueblo, nunca se habla de la gente, nunca se habla de los sectores populares, de los mulatos, de los negros, de las mujeres, de los jóvenes, nunca se habla! Yo pienso que eso es lo que hay que meter ahí.

Anexo 5: Entrevista hecha a Alfonso Múnera, escritor, historiador y docente de la universidad de Cartagena

José Donado: Es claro que el Caribe es una mezcla de culturas, es un encuentro multicultural de mundos y etnias, en tal sentido ¿es correcto pensar que en el Caribe o en Cartagena particular no se debe hablar de identidad cultural, sino de identidades culturales, que piensa usted al respecto?

A.M.: Las identidades son múltiples y responden a distintas esferas o manifestaciones de la vida de los individuos, es decir como por ejemplo: tú tienes una identidad de género. Te comportas como hombre o como mujer, te sientes transexual o como te quieras sentir, pero asumes una identidad. Tú tienes una identidad de barrio, naces creces vives en comunidad que como por ejemplo se llama

Blasdelezo, o Escallón Villa y te sientes miembro de esa comunidad y te identificas con ella y apoyas al equipo de esa comunidad y piensas que eres de Torices, San diegano porque tus abuelos, tus padres son de ahí, en fin tienes una identidad.

Luego eres Cartagenero y en oposición a los Barranquilleros, en oposición a los samarios entonces también asumes una identidad de Cartagenero, cierto y así sucesivamente. EL ser humano en su vida cotidiana hace uso de múltiples identidades según el escenario en el cual le toque desenvolverse. Yo estuve en los Estados Unidos, entonces ahí en encuentro que término construyendo una comunidad con la gente del Caribe, con cubanos, puerto rriqueños, entonces me asumo como caribeño, o me asumo como latino en oposición a los norteamericanos.

Las identidades son múltiples, ahora bien, como aquí lo que se esta discutiendo y entran una serie de especificidades. Si queremos hablar de identidades socio- raciales, entonces si tu coges la costa Caribe colombiana, tú no puedes hablar de una sola identidad sino que tendrías que mirar que hay pueblos indígenas que tienen una identidad propia, pueblos afros que tiene una identidad propia y migraciones árabes que tienen una identidad propia. El problema, aquí es donde quiero aterrizar es que claro, es que al mismo tiempo, son como círculos. Al mismo tiempo cuando tú te miras en oposición a Bogotá, te miras en oposición a Medellín, te miras en oposición a Pasto entonces tus hablas de una identidad Caribe.

Entonces lo que tú haces es suponer o construir porque la identidad es una invención, no es nada tangible. Los seres humanos se inventan identidad con propósitos específicos. Entonces cuando tu te miras en función o en oposición a Bogotá, entonces tu hablas de nosotros los caribeños, esto da la sensación que nosotros los caribeños compartimos una serie de rasgos comunes que no necesariamente lo comporten todos los que viven en el Caribe, pero que son rasgos sobresalientes. Los caribeños somos alegres, los caribeños somos extrovertidos, los caribeños tenemos un noción del tiempo, del espacio, tenemos unas tradiciones culturales, no es mentira. Si me voy ahora a bailar a Quiebra canto o más bien yo no. Si cojo un niño de Torices y lo pongo a bailar en Quiebra canto y si cojo un niño del barrio las aguas en Bogotá

y lo pongo a bailar en quiebra canto, la diferencia es tan radical en el uso del cuerpo. Ese tipo de cosas construyen identidades porque construyen diferencias. La identidad es la manera que tú te sientes en relación con el otro que es distinto a ti, ahí surge un proceso de construcción de identidad. Yo me siento hombre porque soy diferente a la mujer, si la mujer no existiera yo no podría construirme como hombre, si el cachaco no existiera yo no me podría construir como Caribe. La identidad es un proceso en el cual tú te construyes en relación al otro y las identidades se construyen para distintos fines. Ahora mismo estamos en proceso fuerte de construir la identidad Caribe porque cumple un propósito, porque queremos construir procesos de autonomía, queremos reclamar una serie de cosas que suponemos no nos han dado en el país y entonces enarbolamos nuestra identidad Caribe, pero es obvio dentro del Caribe hay una multiplicidad de identidades, tu no puedes decir que esta niña (Karen) es igual a la india arguaco, ni que se comportan de la misma manera, ni que tienen un mismo modo de sentir, ni de pensar.

J.D.: Sin embargo, parece que cada cultura indistintamente de los procesos de hibridación cultural o transcultural en los que se han visto sometidos han ido generando algunos rasgos culturales muy ligado a la historia y muy ligado a los comportamientos y formas de vida que trae cada época, por ello, nos gustaría preguntarle ¿Qué rasgos culturales se han hecho presente en los momentos de la historia de Cartagena o del Caribe y de qué manera se han hecho visible en la música, las artes y las formas de de vida...?

A.M.: Tú en Cartagena primero debes tener en cuenta varias cosas. La primera que debes tener en cuenta es que históricamente, cosas que están cambiando en los últimos veinte, treinta años, pero históricamente Cartagena ha sido una ciudad afrodescendiente, su población ha sido básicamente afrodescendiente, si tú coges por ejemplo las primeras noticias del siglo XVII entonces tu vas encontrar que los cronistas que escribieron sobre Cartagena siempre van a poner el énfasis en que

mayoritariamente, la población de Cartagena es una población de negros, mulatos, zambos etc. Tú coges el censo que es el único que tenemos de 1780 finales del siglo XVIII Y vas a ver que entre la población esclava y la población afrodescendiente libre vas a tener por lo menos 75, 80 % de la población. Entonces lo primero que determina la cultura cartagenera es la presencia de dominante, mayoritaria de esa población afrodescendiente, la cual se derivan entonces unas prácticas culturales, las cuales se han transformando en el tiempo pero que de todas maneras así como se transforman también mantiene una cierta continuidad.

Ahora bien, Según la característica la cultura nuestra es una cultura mestiza, porque no solo por el hecho biológico del mestizaje sino por el encuentro cultural que fue muy intenso entre españoles, indígenas, estos ultimo en menor caso pero también está la presencia de ahí y sobre todo de españoles y afrodescendientes.

Uno coge un fenómeno como el de la cumbia y ve la descripción de los bailes que hay del siglo XIX, por ejemplo uno ve las descripciones de Joaquín Posada 1865 más o menos y uno ve como describe la plebe, “como la plebe está bailando y está tocando música” y eso es una descripción precisa de los antecedentes de la cumbia y entonces es eso, los indígenas con las gaitas, los negros con los tambores, el canto español y todo eso está ahí.

La otra cosa que hay que entender es que nuestra cultura es esencialmente mestiza, es una cultura abierta, una cultura universal. Uno de los grandes rasgos que define la cultura cartagenera, es en mi opinión su universalidad, es decir que hace que cuando tu vas a un barrio como el Pozón te maravillas porque tu puedes mirar como casi sin transición la gente baila champeta, baila vallenato o baila salsa sin prejuicio contra nada, en cambio tú como blanquito que eres (Jose Donado) llegas y dices, no esa champeta es una música vulgar que a mí no me gusta, pero resulta que la champeta los conecta directamente con todo el mundo Caribe porque eso que tu llamas aquí champeta, es exactamente lo que bailan los jamaicanos lo que bailan en barbados, lo

que baila todo es mundo Caribe me entiendes y es también fijate lo interesante, es también la conexión con lo global porque que encuentras tu en los Estados Unidos el hip hop, el cual viene de esa misma música toda esta cosa negra norteamericana se nutrió muchísimo de la música negra afro caribeña entonces ves ahí tienes otra gran conexión.

Pero entonces que tuvo que ver la terapia que venía de África y lo que tiene que ver con la champeta? (José donado) Es que la terapia es una cosa muy diferente a lo que está pasando hoy con la música champeta y con esa otra cosa que llaman Dance Hall, ustedes que son comunicadores, seguro deben saber una cosa lindísima que es esta, mira como lo pronuncia un niño cartagenero lo pronuncia así “dance hall” pero esto no es sino españolización de una cosa que se llama “dance hall” y esto que es hoy el “dance hall” es hoy la música de las islas del Caribe ósea esto es lo que se baila hoy en Jamaica, en Barbados, Martinica en todos esos sitios, el “dance hall”, el cual es una música inminentemente negra, ahora tu te preguntas ¿Por qué razón si estos niños aquí, nunca han estado aquí, se encuentran con esta música y terminando bailando incluso de la misma manera y todo por qué? Qué factores, Tu eres comunicador, tú debes saber más que yo de eso? **José Donado:** Los orígenes de la raza pienso yo... **Karen Visbal:** yo creo que es por la influencia mediática. **Múnere:** exactamente, intervienen las dos cosas, porque la influencia mediática llega a Pasto pero uno no se imagina a Pasto bailando eso, me entiende.

Entonces el mundo se ha vuelto tremendamente intercomunicado, entonces la influencia mediática está dada, porque eso lo están viendo ellos en la televisión, lo están oyendo en la radio, pero eso llega a una población que culturalmente comparte experiencias históricas, porque todos somos Caribe porque todos tenemos esa raíz negra, porque todos hemos hecho precisamente por esa raíz negra, hemos hecho del cuerpo uno de los medios de expresión fundamental. Una cosa que caracteriza a la cultura nuestra sobretodo la cultura popular, es decir la cultura predominante en Cartagena es que nosotros desarrollamos una inteligencia del cuerpo, un sentido del

ritmo eso es fundamental, es determinante en nuestra cultura; ósea como tu caminas, como tu bailas, como tu construyes tu vida alrededor de un ritmo propio del mundo caribeño.

Es que es increíble, yo veo por ejemplo en Bogotá o en Medellín, la gente da clases de baile y luego yo voy a bailar y enseguida me doy cuenta que aprendí a bailar en una academia, en cambio tú has visto como bailamos nosotros, bailamos con una tremenda espontaneidad pero todos estamos bailando en función de un ritmo.

Esa es una característica fundamental, entre otras cosas hay un ensayista cubano que escribió un bello libro que se llama “La isla que se repite” el basa toda su teoría en eso, enseña que la gente del Caribe construye una noción de vida basada en un ritmo que lo diferencia de todo lo demás y entonces lo explica históricamente.

La influencia de los africanos además tu sabes porque es para nosotros tan importante una influencia como la danza? o una de las razones es tan importante la danza en la vida nuestra?, porque los pueblos africanos y esta cosa que es bien linda y tu no la sabes, la danza es el medio de comunicación con Dios, con los dioses. Es que en los pueblos africanos el medio mediante el cual tu te encuentras con Dios o los dioses entran a ti es a través de la danza osea el “egua”, “chango” bajan a la tierra y se encarnan en ti es en el momento supremo de la danza, eso no existe en las culturas hispanas, al contrario si el gran problema de los negros era como los conquistadores españoles al no entender sus bailes, prohibían la danza y no entendían que ese frenesí de la danza al que llegamos todos cuando estamos bailando.

Cuando tú tienes unos tragos encima y te ponen una música y te entusiasmas quizás tú no te ves a sí mismo, pero si tú te filmaras verás que llegas a un momento de éxtasis en donde prácticamente el mundo a tu alrededor desaparece, eso no lo logra fácilmente las otras culturas y por eso es que la danza es tan importante, es una de las raíces por las cuales para nosotros la música y la danza constituyen un elemento central de nuestra cultura, porque hay unas raíces que ligaron esas manifestaciones

culturales a un propósito supremo que era ese propósito religioso del encuentro con los Dioses.

J.D.: Estamos en un año especial por el hecho de que se avecina la conmemoración de los 200 años de independencia, ¿Qué lecciones tendríamos que aprender como pueblo Caribe y Cartagenero de lo que ocurrido en el grito de independencia? ¿Qué cosas deberían hacer la ciudadanía, los gobiernos y las escuelas en este periodo de celebración bicentenario en aras de ir reconstruyendo una memoria histórico-cultural de la ciudad o del Caribe General?

A.M.: En realidad lo que pasa con el bicentenario de la independencia es que en los último quince, veinte años hemos construido una nueva visión de la independencia y del nacimiento de la republica, ósea los viejos discursos ya no nos sirven mas porque las nuevas investigaciones nos han mostrado otras cosas, cosas tan importantes como que hoy sabemos que hubo otros sectores en la independencia que han sido invisibilizados.

No sabemos por ejemplo que hubo afrodescendientes que jugaron un papel fundamental, un papel decisivo por ejemplo Pedro Romero que todavía se habla. Pedro Romero fue un afrodescendiente de origen cubano de matanzas que fue un gran líder sino el más importante de todos los líderes de la independencia de Cartagena y fue gracias a la acción de eso afrodescendientes entre otras cosas, gracias a la acción de ellos y liderazgo de ellos que se dio la independencia absoluta el 11 de noviembre de 1811.

¿Porque eso es importante en función de la ciudadanía y de todas estas cosas? Porque esos afrodescendientes lucharon por la ciudadanía, lucharon por ser ciudadanos porque antes de la republica estaban completamente destruidos y discriminados. En la legislación española si tu tenias mancha de sangre, si tú no eres blanco puro no podías acceder a una serie de cargos, no podías ir a la universidad, había una serie de

limitaciones. Entonces la manera como ellos entendieron su propia lucha fue luchando por la independencia para poder establecer una republica de ciudadanos iguales indistintamente del color de la piel, ósea que el color de la piel no fuese un factor de exclusión. Eso se logro al menos formalmente no fue que desapareció el racismo, ni las desigualdades, todavía eso existe hoy, pero el menos formalmente la republica estableció la igualdad de los seres humanos indistintamente de la raza.

Ahora ¿Esa republica fue un éxito, fue un fracaso? Esa es otra cosa que la tienen que investigar, y si fue un fracaso ¿porque lo fue? Y si no se lograron el desarrollo, la prosperidad, **J.D.:** ¿por qué no se logró? **A.M.:** Son temas que serian supremamente importantes para discutir en el contexto del bicentenario. Una ciudad como Cartagena que además cuenta como una población afrodescendiente muy grande.

J.D.: ¿Qué cosas deberían hacer la ciudadanía, los gobiernos y las escuelas en este periodo de celebración bicentenaria en aras de ir reconstruyendo una memoria histórico-cultural de la ciudad?

A.M.: Quizás debieron hacer mucho mas, quizás debió haber una cosa planeada con mucho más tiempo, quizás debieron construirse propósitos más claros, etcétera. Pero entiendo que hay algunas cosas, por ejemplo están montando unos debates públicos, conversatorios que me parecen una iniciativa bastante interesante, por lo que involucra a mucha gente, por lo que involucra a los jóvenes eso me parece una cosa buena. Vamos hacer una biblioteca con ellos (distrito) una biblioteca bicentenaria, básicamente un biblioteca de historia que va hacer una buena contribución. Así mismo creo que se perdió mucho tiempo, creo que este tipo de celebraciones que no son sino una vez cada cien años hay que organizarlas con muchísimo más tiempo pero no se hizo prácticamente nada sino hasta ahora que se han venido montando algunas cosas.

J.D.: Ahora Profundizando en el tema de la comunicación social, nos gustaría preguntarle ¿Cuál cree usted que son las debilidades más evidentes que tienen los medios de comunicación en especial de la televisión regional o local frente al tema de la Cultura Local o Regional?

A.M.: Yo te voy a responder esa pregunta desde mi experiencia en los Estados Unidos y quizás con eso te respondo mejor la pregunta y es que los canales comerciales de televisión en una sociedad capitalista responden al reiting, a eso responden a mas nada y en los Estados Unidos eso sí que es severo, si tú tienes un programa y a los seis meses el programa está marcando 5% va para fuera, se acabo. Sabes por qué? Porque es un negocio en que está involucrado muchísimo dinero y en los Estado Unidos yo pauto en tu programa tu me mandas a mí el puente mensual y si eso no lo está viendo nadie pues a mí no me interesa pagar una publicidad. Entonces porque más que tu hables de la importancia cultural etcétera de la televisión... eso está determinado por el consumo es decir la televisión es un negocio ante todo en el que está envuelto muchísimo dinero, y es un negocio que responde a las pautas de un negocio se acabo. Entonces tú tienes por ejemplo los canales Univisión y esas cosas que se ven en los Estados Unidos son espantosas, aterradoras porque responden a una población iletrada de inmigrantes que son las que las consumen punto. Uno diría idealmente, oye pero si haces lo contrario y montas programas que eleven su cultura, el tipo te va decir, si pero si yo hago eso el mexicano hace clic y pone otro canal y me saca a mi del medio. Entonces es una competencia por el mercado feroz, de quién agarra mas público, quién conecta más gente al canal, entonces hay que poner las telenovelas mas espantosas porque eso es lo que le gusta a la gente, te dice el productor y sobre todo eso hay un polémica. Entonces como se resuelve el problema de la cultura, se crearon en los Estados Unidos los canales públicos, los cuales no son comerciales que funcionan con una subvención del estado y que además funcionan con dinero que da la gente. Entonces por ejemplo yo veía un canal público y yo

mandaba todos los meses a ese canal público diez, quince dólares para que se sostuviera pero igual había gente que mandaba doscientos dólares, quinientos dólares. Tu coges el canal público, que aquí hay posibilidad de verlo, ahí uno que yo veo porque trae cosas estupendas y trae series, por ejemplo ahora está pasando una serie de Jazz es muy linda claro es en inglés, tu vez después que termina el programa ellos que hacen? Somos el canal público tal y tal y tal, por favor envié su contribución a tal dirección... Entonces esa comunidad que quiere tener un buen canal, para que sus hijos lo vean, pagan al canal.

Te pongo el ejemplo de Estados Unidos porque es una sociedad capitalista ultra desarrollada, pero eso te da pauta para entender también todo eso que pasa aquí. Porque esa cosa abominable de que caracol y RCN desde que tu levantas hasta que te acuestas son telenovelas. Es una cosa impresionante, hubo una época en la telenovela se posaba la franja de siete a nueve de la noche, pues ahora es de todo el día. Yo tengo una tía que lo único que hace es ver novelas desde que se levanta hasta que se acuesta, pero porque descubrieron que eso tiene un reiting estupendo, entonces le clavan a la gente telenovelas, de todas las clases, de todas las categorías. El noticiero porque es como es nuestro medio. Tu vez un noticiero norteamericano y es la cosa mas sobria los tipos casi ni se ríen, una sobriedad increíble, porque aquí son como son porque es una vaina osea un segmento de noticias que es como una tercera parte o menos, después te clavan un segmento de deportes que es larguísimo, después te clavan un segmento de farándula que es larguísimo y después el CMI te ponen las tres preguntas y la ñapa y no sé qué vaina. Porque siempre está buscando adecuar el noticiero a la idiosincrasia que ellos suponen que somos nosotros. que nos gusta a nosotros. Entonces el noticiero. Mira uno ve un noticiero al mediodía, que yo por eso no lo veo tu pones caracol al mediodía y eso la barbaridad muertos y muertos... y después goles y goles y goles... y después mujeres encueras, encueras... entonces es como un esquema tu sabes. Es un esquema, entonces tu vas a luchar contra eso? Como vas a cambiar eso? (que hiciera para que eso fuera mejor, o usted está de

acuerdo con eso?: Jose Donado) No por supuesto que no estoy de acuerdo con eso (Munera), pero entiendo porque eso se produce. Habría que hacer algo como lo que pretenden hacer los canales públicos en los Estados Unidos o algo como lo que pretende hacer el canal público colombiano pero no lo logra, porque entonces claro no tiene el suficiente dinero, no tiene la capacidad para hacer buena televisión etc. Lo ideal sería lograr un equilibrio pienso yo, es decir que sin negar el mundo real en que vivimos y por supuesto las dinámicas de una mercado y todo esto, hubiera una legislación que al menos exigiera unos estándares mínimos y exigiera por lo menos digámoslo así una cuota cultural. Que eso existiera pero yo no se si la legislación puede imponer eso o si tu pretendes reglamentar eso y los tipo te demandan a la corte y dicen que tú no puedes imponer eso. No lo sé, ya esa parte la conocen ustedes mejor que yo. Pero eso sería lo ideal, sin desconocer el mundo real en que vivimos que es el mundo capitalista de dinero, como logramos un equilibrio tal que nos permita unos mínimos estándar y que nos permita un espacio para la cultura, pero otra vez estamos hablando de ideales, cosas irreales.

Entonces esa es la trampa, eso es lo que la gente quiere, claro lo quiere porque ya tu lo acostumbraste a eso. Es como cuando te encuentras con el periquero “Oye pero es que yo no puedo controlar la necesidad de la droga”, claro coño porque ya tu cuerpo se acostumbro a eso, ahora como vas hacer?, exactamente igual es el mismo drama. Ahí estudios muy importantes donde eso se te convierte en una truca, es decir necesitas ver televisión y necesitas consumirla de esa manera, la violencia, los colores, el ruido. Y es eso y está estudiado, por ejemplo yo leía un articulo bellissimo de una revista gringa, por ejemplo como hacen las propagandas de Toyota que cuestan tres, cuatro millones de dolores, ahí siempre esta psicólogo trabajando en eso, los colores, el sonido, cada color produce una reacción dentro del ser humano distinta y todo lo sonidos producen reacciones diferentes. Una vaina linda que porque McDonald utiliza los colores que utiliza, tu sabes por qué? Cuando McDonald tuvo el gran éxito que tuvo, porque ellos hicieron un estudio y descubrieron que sus colores

se volvían en determinado tiempo insoportables a la gente, de manera que tu ibas y ellos lo que no querían era que la gente se le quedara sentada ahí si no que entraras, compraras y se fueras para que hubiera un consumo lo más rápido posible, entonces son colores que te expulsan todo eso tiene que estudiarlo ustedes como comunicadores.

J.D.: Respecto al tema del Bicentenario, ¿Cuál cree usted que serían las agendas informativas que deberían estar abordando los medios de comunicación frente a lo que pasó en 1811 en la ciudad de Cartagena? ¿Qué temas de debate y de discusión deberían estar gestando los medios de comunicación local frente al bicentenario y su relación con el panorama sociocultural y sociopolítico actual?

A.M.: Una cosa que hubiese sido interesante, una cosa como dices tú, si yo dirigiera un medio de televisión se pueden hacer muchas cosas, Pero yo me hubiera montado un programa a lo mejor con cartoons, con animados o si no tengo para hacer eso, con cosas muy didácticas, muy sencillas. Me hubiera construido una historia muy sencilla aprovechando el bicentenario, que hubiera servido para ilustrar a la gente, digamos con píldoras, píldoras porque hay un problema con los medios de comunicación y es que la gente precisamente como lo han habituado para otras cosas, si tu le montas un programa con el doctor Munera de media hora se te aburren y ponen otra cosa y se acabo, pero si tu haces todos los días una pildorita de tres minutos animadas, bonitas, ilustraciones, dibujos sobre un episodio en particular, eso hubiera sido interesante hacerlo y entonces tu hubieras podido llegar hasta la independencia con una cosa didáctica, agradable, buena que hubiera hubiera utilizado el pretexto de la independencia para reflexionar sobre la ciudad, sobre su historia y etc. Y la gente lo consume sin dificultad. Eso se lo he propuesto al canal de la Universidad de Cartagena, pero monten unas cosas, animadas, buenas, rápidas se pasa por Telecaribe y es una maravilla, ¿cuesta mucho eso? no cuesta. Mas de imaginación, de creatividad, tener un buen diseñador creativo allí, con la historia es complicado la gente no está dispuesta a quedarse una hora viendo. Mira los programas del history

channel que son unas maravillas con las tecnologías más increíble y todo y eso tiene un público muy especializado, eso no te lo va a ver la gente común y corriente, ve dos minutos y ya y pasa para otra cosa y se acabó.

Anexo 6: Entrevista hecha a Oscar Collazos, escritor colombiano

J.D.: Es claro que el Caribe es una mezcla de culturas, es un encuentro multicultural de mundos y etnias, en tal sentido ¿es correcto pensar que en el Caribe o en Cartagena en particular no se debe hablar de identidad cultural, sino de identidades culturales, que piensa usted al respecto?

O.C.: Yo preferiría identidades culturales aunque en singular si se dice identidad habría que hablar de una identidad múltiple, de muchos elementos que constituyen una identidad en ese sentido podríamos hablar de una identidad latinoamericana pero no hablamos de un solo rostro hablamos de muchos rostros, entonces yo creo que las dos expresiones pueden servir con una condición de que cuando se dice identidad cultural en singular eso cobije diferentes expresiones, diferentes rostros. A ver les voy a poner un ejemplo, había una película que a mí me parece clave en la expresión de lo que sería la identidad del Caribe, se llama “Los viajes del viento” de Ciro Guerra, porque significativa del Caribe, el Caribe sobre todo imaginado desde el interior o incluso imaginado desde el exterior desde afuera, parecería que fuera un territorio solamente de mar, un territorio afrodescendiente de músicas afrocolombianas, de migraciones europeas, pero no se tiene en cuenta ese otro Caribe, ni se piensa que el Caribe tiene montañas, tiene cordilleras, tiene una sierra nevada, tiene sabanas. Hay un Caribe de costa que es el que se quiere ver desde el interior, tanto así que cuando se habla del Caribe, no se dice del Caribe se dice costeño pero hay una parte del Caribe que no está hecho por costeños, hablamos de la sabana de sucre, del cesar, de una parte del departamento del Magdalena de Montería, zonas limítrofes con otras partes del país, muchas zonas ribereñas no de costa. Entonces por eso digo los “Viajes del viento” es lo más parecido a la identidad topográfica del territorio Caribe. Esta la alegría de la costa pero esta la melancolía de la sabana también y eso lo vemos en las músicas, un mapalé es inconcebible que se baile en la serranía del Períja, por ejemplo. La cumbia hablamos de unos rituales afroamericanos pero también hay que hablar de unos rituales indoamericanos. El Caribe también son muchas comunidades

indígenas, los guayus en todo el territorio de la Guajira que se extiende hasta Venezuela, pero también son los Arhuacos en la sierra nevada, también son los chimilas, también son los Zenúes. Se tiene a ver el Caribe como fundamentalmente mestizo y mulato y negro, no no es indígena y es ahí donde es pertinente hablar de identidades.

J.D.: Sin embargo, parece que cada cultura indistintamente de los procesos de hibridación cultural o transcultural en los que se han visto sometidos han ido generando algunos rasgos culturales muy ligado a la historia y muy ligado a los comportamientos y formas de vida que trae cada época, por ello, nos gustaría preguntarle ¿Qué rasgos culturales se han hecho presente en los momentos de la historia de Cartagena o del Caribe y de qué manera se han hecho visible en la música, las artes y las formas de de vida...?

O.C.: Lo que pasa con los rasgos culturales es lo que pasa con los rasgos de una persona, voy hacer un símil, una comparación. Uno tiene un documento de identidad, es documento de identidad que antes se llama carnet de identidad y cuando empiezas hacer mayor de edad se llama cedula de ciudadanía, ese es tu documento de identidad. El año en que sacas ese documento de identidad te tomas una fotografía, al cabo de los años pueden pasar muchos años y tu dejas de parecerte directamente a la fotografía que figura en tu documento de identidad. Entonces muéstrame tu cedula pero no te pareces en nada o viéndolo bien si, hay unos rasgos que se parecen a ti han pasado diez, han pasado veinte, han pasado treinta años entonces uno no se parece a la foto de la cedula si, si miras bien uno se parece a la foto de la cedula, hay un rasgo que queda, a eso yo lo llamo metamorfosis es decir cambios en la identidad, cambios en la identidad individual. Esos cambios que suceden en la identidad individual suceden en las sociedades, en los pueblos. En lo individual que pasa no solamente es la acumulación de años es la acumulación de experiencias. Si tú has tenido una vida desgraciada probablemente la cara que tengas ahora, será un cara trágica comparada

con la cara alegre que tenías a los 18 años. Si has tenido un accidente y tienes una cicatriz en el rostro que no tenías cuando te tomaron la primera foto, no te vas a parecer, probablemente alguien descubra que la mirada sigue siendo la misma que la forma de la boca o de la frente se parecen, entonces hay unos cambios, hay una metamorfosis con esto que quiero decir que todas las identidades son cambiantes está sujeta a lo que hace la sociedad, a lo que hace los individuos que pertenecen a esa cultura, a ese territorio lo que hacen para preservar lo que viene de lejos pero también para recibir lo extraño.

En el caso de Cartagena pienso que fue una ciudad que a medida que se fue abriendo hacia al mundo siempre fue, es decir en el periodo colonial fue una ciudad cosmopolita, que era una ciudad abierta al mundo es decir en Cartagena vivían si tu vez los índices de población, vivían gente de todo procedencia. No solamente los criollos nacidos aquí, los españoles, habían comerciantes que venían de todas partes del Caribe, ya desde entonces la vocación de Cartagena no solo fue pluriétnica sino también una vocación pluricultural. Lo que hubo durante largos periodos es que se trato de reconocer solamente una identidad, digamos la identidad de ciudad colonial y la otra la identidad popular, afro, indígena, esa identidad se tapó. No es que dejara de existir, se tapó o por el otro lado se creyó que solamente la identidad de la ciudad era la identidad de la fiesta afrocolombiana que era la cumbiamba, que era la cumbia, que era el mapalé, que era las músicas de las orillas del canal del dique, no no no..., la ciudad era otra cosa también. Alguien me dijo un día yo no sé dónde sacaron en Cartagena siempre comimos pescado. Aquí se comía carne porque teníamos la ganadería cerca. Esos ejemplos los pongo porque hacen parte de identidad, entonces yo creo que la identidad de una ciudad como Cartagena es una identidad cambiante y que se resiste a una simplificación.

Si un cartagenero no puede decir, es que los cartageneros somos así, a mí cuando me dicen eso yo digo “no mira los cartageneros es mucha gente” no es que sean así, porque toda identidad es un grupo de personas que componen esa identidad. Tú te

puedes encontrar en una habitación conviviendo con personas de diferente origen y tienes las mismas costumbres, que comen lo mismo, que visten más o menos de la misma manera que hablan el mismo idioma pero también puedes ver unas diferencias, entre “a mí no me gusta la carne, me gusta el pescado”, “a mí no me gustan los pantalones apretados, yo los quiero más o menos flojitos”, “A mí gusta gritar, yo en cambio hablo gritando.

Los habitantes tradicionales de Torices, seguramente tiene un tipo de costumbre o un estilo de vida muy diferente a los de Castillo grande. La identidad de los habitantes de creso, que es un perfil mas o menos de clase media de profesionales, sea diferente a los del pie de la popa. Entonces en la ciudad hay muchas identidades. Hay una palabra muy académica y muy culta que es irreductible, lo que no se puede simplificar, lo que no se puede simplificar a... ha ido cambiando y cada época imprime su sello, por supuesto la vida en la colonia no es lo mismo que la vida en la republica y la vida en la época en que Luis Carlos López escribió todos esos poemas satíricos contra la ciudad, contra las costumbres de la ciudad, “Esa parranda de vengejos”, quiso decir pendejos cuando fue muy crítico entre 1920-1930 por lo que eran las costumbres hipócritas de esta ciudad, porque esta es una ciudad que era manejada por las costumbres de la vieja aristocracia, de las cuatro, cinco familias que mandaron en la ciudad, blancos. Esa Cartagena no, es una Cartagena hoy es mucho más libre. Esa es una Cartagena que tiene al lado de la casa restaurada donde vive el millonario colombiano del interior o donde hay una casa restaurada por un francés o en español al lado tiene a “Fidel” (sitio de salsa en Cartagena) no. Donde la negramenta va oír salsa... ... yo creo que la música es el arte por excelencia de la identidad en el Caribe, el que marca de alguna manera es la música y la danza, es lo más relevante porque es la más espectacular y es la más evidente y es tan poderosa que no tiene un sello étnico. El caribeño blanco, mestizo es tan sensible a esa música u a esa danza como el negro, el mulato o el mestizo, ahí es donde la música, la tradición musical imprime por un sello de distinción imprime por igual un sello de

distinción a blancos y a negros. Yo tengo amiga mona que no toman el sol, además porque se negrean, blancas de castillo grande y de Bocagrande que cuando bailan se le sale el negro y mueven las nalgas como negra y mueven los hombros como negras, ahí hay una vaina de aprendizaje cultural, seguramente esa pelada aprendió a bailar con la nana, con la sirvienta que la cuidó desde chiquita y aprendió a bailar en el cuarto con la sirvienta moviendo las caderas. Entonces ese primer sello está en la música y un caribeño tu lo distingues en cualquier parte del mundo, porque si suena música inmediatamente empieza a mover los pies y a golpear los pies. La primera cosa instintiva que quiere hacer es bailar.

Entonces en ese sentido hay unas identidades de carácter popular y que son quizás la más fuerte y las que sean mantenidas, otras identidades más sutiles, más escondidas, la gastronomía por ejemplo. La gastronomía del Caribe es muy diversa. El sabanero no come igual que el costeño. Lo que tuvo una gran influencia a finales del siglo XIX y los primeros años del siglo XX fue por ejemplo la gastronomía siriolibanesa proveniente de la cultura Turca, La influencia de los turcos ahora en cualquier casa de Cartagena o Sincelejo, comer un quibey es una cosa perfectamente normal y uno cree que el quibey es costeño. El quibey es una carne, es una albóndiga frita o cruda, se come cruda también, que fue traído por los siriolibaneses que llegaban o inmigraban a la costa eso por ejemplo. Y comer una ensalada de garbanzo, eso también es de origen árabe y un sancocho, ese es el cocido hispánico un trifásico por ejemplo, un sancocho en el que le metes varias carnes, pues en Europa le metían solamente papa, aquí se le mete ñame, Yuca y Papa y eso no es solamente de la cultura del Caribe, toda cultura recibe y transforma.

Hace veinte años un joven no se ponía una guayabera porque la guayabera era para viejos, hoy los jóvenes adoptaron la guayabera como la prenda de elegancia Caribe que evita ponerse saco y corbata. Aquí si no estuviera enraizada la vida popular de Cartagena, como producto típicamente cartagenero, la champeta. La champeta es una simbiosis de muchas músicas del Caribe de las islas de Martinica, de Guadalupe, de

Haití de Jamaica, la champeta es el resultado de todas esas músicas. Si aquí popularmente no hubiera existido la champeta, no hubiera entrado el reggaetón con fuerza con que entro, porque hay un salto de la champeta al reggaetón hay unos ritmos muy similares. A mi me dijo un cartagenero, presidente de la academia de historia, el padre de la rectora, Vicente Martínez me dice un día, “Oye en tu novela rencor hay una parte que dices, los cartageneros gritamos, dice uno de los personajes de la novela, eso nunca te lo diría un cartagenero, un cartagenero no cree que grita”. En Cartagena todavía permanecen unas relaciones sociales de pueblo y de pequeña ciudad y todavía la gente dice, es que ahí nos conocemos casi todos, o casi todos nos conocemos; cosa que no es cierto, esto en los últimos veinte años ha crecido como ciudad y ya no toda la gente se conoce pero de todas maneras permanece la vida de barrio, la vida de barrio ha ido desapareciendo en las grandes ciudades. Por ejemplo en el barrio Manga, La gente de manga anteriormente tenía un orgullo decía “soy de la isla de Manga”, porque entre otras cosa Manga es una isla, pero también el orgullo de pertenecer a otro territorio dentro de la misma ciudad. Los del pie de la popa eran los del pie de la popa y los de Torices eran los de Torices y los de san diego son de san diego y ojo. Esto por aquí por la iglesia, por la catedral esto era otra vaina.

Lo que yo creo es que la diversas identidades convergen en una sola. La ciudad tiene un mapa diverso, es un mapa de diferentes colores, es un mapa de diferentes sabores, es un mapa de diferentes ritmos porque es una ciudad que ha recibido migraciones de todas partes y sigue recibiendo. El cartagenero raizal de aquí de toda la vida, te dice de una manera despectiva o simpática “a ese es el cartel del suero” del suero son los que vienen de Montería y de córdoba.

La concepción de la identidad no puede ser conservadora, los pueblos que pretender tener identidades conservadoras, son pueblos que se resisten a cambiar con las influencias de afuera. (JOSE DONADO) Es decir ¿Un pueblo como el de San Basilio de palenque que conserva tantas tradiciones entraría ahí? Hombre! yo tengo dos impresiones de San Basilio de palenque, que me parecen muy importante, que

haya sido una comunidad que ha preservado muchos rasgos de su vieja identidad, que haiga preservado una lengua que es el resultado del encuentro de lenguas africanas con el español, el castellano del siglo XVI- XVII y que se hayan empeinado en guardar eso y que haiga unos rituales muy particulares de Palenque, te pongo de ejemplo el “Lumbalu”, que es una ceremonia ritual de muerte se conserve todavía y ahí unas relaciones en las familias muy coherentes, la familia sigue teniendo un peso muy grande, así viajen, vayan y vengan eso es importante; lo que yo creo es que el impacto de la modernidad pero sobre todo el impacto de los medios masivos de comunicación va a ir transformando mucho de esa cultura, no quiero decir que pueda llegar a desaparecer lo que conocemos hoy como cultura palenquera pero seguramente va hacer una cosas distinta a la que conocemos hoy. A ellos los fortaleció el hecho de que la UNESCO los hubiera declarado patrimonio intangible, eso les dio seguridad, es decir “no somos los champetuos, no somos lo pobres negros que hablamos una lengua que no entiende nadie”, eso dio un cierta seguridad, pero la lucha que tiene mucha gente de palenque. Soy muy amigo de un antropólogo de palenque, un muchacho que estudió antropología en los andes con un beca y dice “la pelea que damos nosotros es una pelea muy tenaz, los muchachos que están oyendo radio y viendo televisión creen que eso es hip hop, reggaetón y no quieren saber de esto del “Lumbalú” y creen que es una vaina de viejos, muchas prefieren la vida urbana y la vida de ciudad. Palenque es una comunidad, ganadera y agrícola y curiosamente el termino palenquero en Cartagena, se usa para las mujeres que venían a trabajar, las que venían a vender fruta y a vender dulces a la ciudad.

J.D.: Estamos en un año especial por el hecho de que se avecina la conmemoración de los 200 años de independencia, ¿Qué lecciones tendríamos que aprender como pueblo Caribe y Cartagenero de lo que ocurrido en el grito de independencia? ¿Qué

cosas deberían hacer la ciudadanía, los gobiernos y las escuelas en este periodo de celebración bicentenario en aras de ir reconstruyendo una memoria histórico-cultural de la ciudad o del Caribe General?

O.C.: Eso es una pregunta que yo no sabría cómo responderla, yo creo que la conmemoración del bicentenario sirve para una cosa, para ver no solamente el momento de la independencia y la gesta de una cantidad de patriotas que hicieron un movimiento para independizarse de España y de hecho durante cuatro años, Cartagena fue casi una nación independiente antes de que viniera Pablo Morillo en 1816 viniera hacer la reconquista a sangre y fuego y acabó ese primer proyecto de ciudad no solamente, de estado independiente. La conmemoración no es solamente eso de recordar a los héroes, la conmemoración es hacer una reflexión sobre lo que se hizo, lo que se dejó de hacer, sobre los grandes errores que se cometieron, sobre el modelo de república, sobre el modelo de ciudad que se construyó.

Después de las guerras de independencia, Cartagena fue una ciudad que se quedó con menos de la mitad de la población que tenía, miren los análisis del censo que ha hecho Adolfo Meisel, es una ciudad que quedó reducida a nada, siete mil habitantes cuando había tenido veintipico mil, pobre, empobrecida. Después de la guerra de independencia, una ciudad pobre y miserable, mucha gente se fue a buscar trabajo fuera, entonces ¿Porque fue una ciudad arruinada? Una ciudad que se empezó a recuperarse económicamente a fines del siglo XIX las primeras empresas que se crearon. Hay unos trabajos muy buenos de Maria Teresa Ripol muy bueno sobre ese tema de las primeras empresas, pero ¿porque fue una ciudad que creció y paso al siglo XX teniendo los prejuicios sociales, étnicos y culturales que habían dominado durante la colonia?, ¿porque fue una ciudad que permitió la segregación y la discriminación fuera uno de los distintivos? Porque hay que reconocer eso, esta una ciudad que permitió que se fraccionara la desigualdad, que se hiciera patente, una ciudad muy excluyente. ¿Por qué esta elite local, una elite blanca se olvidaba de que había sido muy importante una elite negra y mestiza en la independencia? El papel

que jugó Getsemaní en la independencia de Cartagena, el papel que juraron los artesanos mulatos de clase media en el desarrollo económico de ciudad. Entonces la elite blanca y los historiadores blancos, incluyendo a don Eduardo Lemaitre, ignoraron eso no le dieron la importancia que merecía. ¿De qué ha servido la conmemoración del bicentenario para reflexionar sobre esos puntos? Sin esos puntos la conmemoración no sería nada.

JOSE DONADO- Es decir ¿Para usted la lección que nosotros debemos aprender como cartageneros es recordar y al mismo tiempo ver las cosas que se pudieron o no hacer?

COLLAZOS- Exactamente y críticamente, y no echarle la culpa a los demás porque a veces es muy fácil decir “a yo quería hacer eso pero no me dejaron” y no, a lo mejor no hiciste los suficientes esfuerzos para hacerlo. “ A que aquí los blancos nos tenían jodido hasta hace muy poco y la discriminación”. Si yo creo que la discriminación no ha desaparecido en absoluto, solo que se ha suavizado en una cosa mucho más sutil. La nueva ciudad, esta ciudad de un millón de habitantes que ha crecido de una manera monstruosa hacia la periferia es un ciudad con conflictos mucho más agudo que lo otros de los otros años. En fin yo creo que la conmemoración sirve para eso, la conmemoración sirve para mirarse en el espejo y no pegarle patadas al espejo diciéndole que le está echando mentiras a uno no...

En Bogotá se hizo una cosa en la casa del florero, en la casa del florero cuando se conmemoró en 1810 se dejaron guardados una serie de documentos, una urna, que ha pasado en Santa fe de Bogotá ¿Qué ha pasado en Bogotá en estos cien años de independencias? No de una manera igual pero si parecida. Guardar que es lo que hicimos en el 2011 para conmemorar el bicentenario, que fue lo que hicimos, y abramos esa urna dentro de cincuenta, dentro de cien años a ver qué fue lo que se hizo ¿Cuáles son los problemas culturales que resolvimos? Quizás los problemas económicos sea más difícil, las desigualdades, es decir ¿conseguimos, somos diferentes a como éramos hace cincuenta años? Ese examen hay que hacerlo y hay que hacer un inventario, un inventario cultural.

KAREN VISBAL- En el tema de la discriminación, este año en la ciudad se han varias actividades y varias cosas para hacerle un llamado a la gente hay exposiciones donde han involucrado a la comunidad afro para hacer un llamado de atención y una voz para decir “No nos discriminen”.

COLLAZOS- Karen tu misma lo has dicho y es cierto lo que tu dices, se han hecho muchas acciones afirmativas, esa es la expresión que se usa para incorporar por ejemplo a los afros, los discriminados históricos.

KAREN- Pero es que yo creo porque estamos en el año internacional de los afrodescendientes.

COLLAZOS- Si pero no se ha hecho nada para los indígenas, se está ignorando que hay un componente muy importante en esta ciudad y en esta región, un componente indígena, todavía aquí cerca de la ciudad hay unos resguardos indígenas. En Canapote fue un centro de resguardos indígenas. Entonces está bien la acción afirmativa que hay con esa deuda histórica que se tiene con los afrodescendientes pero no estamos olvidando los indígenas.

A veces se está cometiendo un error, para hacer justicia con una comunidad sobre la cual se han cometido injusticias históricas se puede llegar a cometer un error y es de hacer un racismo al revés. Es decir de ellos (afrodescendientes) hacia nosotros. En ese sentido a mí no me gusto nada y yo se lo dije personalmente a la alcaldesa cuando se abrieron las fiestas de conmemoración del bicentenario en la boca del puente en la torre del reloj, porque era un discurso dirigido solamente a reivindicar a los afrodescendientes no desde una lección a los blancos de la ciudad, “ustedes también son la ciudad”.

Si los historiadores blancos de la ciudad ignoraron el papel de los negros y mulatos en la independencia, pues no podemos desconocer que el señor Gutiérrez de Piñeres, era un blanco criollo que desempeñó un papel muy importante en la independencia de esta ciudad. Entonces el riesgo que se coge a veces al tratar de hacer justicia es que se cometen injusticias con los otros.

Hay que ver las cosas que están mal encaminadas, yo creo que eso va hacer más difícil porque eso no depende de la administración ni depende de nosotros, eso depende de la gente que tenga el poder económico, a mi me parece que el modelo de ciudad que está haciendo es un modelo equivocado, una ciudad que está creciendo urbanísticamente y desplazando a la gente.

J.D.: Ahora Profundizando en el tema de la comunicación social, nos gustaría preguntarle ¿Cuál cree usted que son las debilidades más evidentes que tienen los medios de comunicación en especial de la televisión regional o local frente al tema de la Cultura Local o Regional?

O.C.: La televisión local compite con una televisión monstruosa que es la televisión de los grandes canales, confunden con un modelo de televisión lujoso, lo cual hace que el espectador al pasar de canales como caracol y rcn a ver canal Cartagena ve un canal pobre en todo sentido. El set, la calidad de la emisión, el sonido, es decir ve una televisión una televisión pobre. Los contenidos, la parrilla, es una parrilla muy pobre compiten en situaciones de desigualdad muy grandes, sin embargo la gente insiste en ver el canal local, yo sé de muchas gente de los barrios que ve el canal local, lo ve porque quiere buscar en que se ve, cuales son las noticias de su barrio de la ciudad que no pasan al canal nacional. Y eso es una tendencia universal, en los Estados Unidos la gente ve en las pequeñas ciudad ve el canal local, el canal importante es el canal local. Luego los canales locales cuando hay un escándalo, cuando hay un evento extraordinario enlazan con los canales nacionales pero la gente ve los canales locales. Ahora para que esa relación entre la comunidad y los medios masivos de comunicación sea verdadera, primero los medios de comunicación tienen que plantearse la vocación social de ser medios de comunicación para una comunidad específica, no son medios de comunicación para chía, es una televisión para Cartagena, no es una televisión para Miami, es un televisión para Cartagena con una

peculiaridad de Cartagena. Y en la medida en que el televidente encuentre que esa televisión lo representa y lo refleja los índices de sintonía y audiencia, van a aumentar, van a crecer en la medida en que aumente la confianza que tiene el televidente, yo voy a ver ese canal porque ese canal habla de nuestros problemas, ese noticiero habla de eso. De la misma manera como la gente, el pueblo aquí, incluso la que gente aquí que a duras penas, sabe leer y escribir coge el universal y se va a la página de sucesos “a coger universal” como dice Ricardo Chica ver a quién le mataron en el barrio, a quién le mataron y la gente encuentra que eso es necesario en sus hábitos diarios, buscar en las paginas de suceso del Universal a ver qué fue lo que pasó.

Lo mismo sucede con los medios de comunicación, si no definen su vocación de canales locales, probablemente no lleguen a tener la sintonía, la audiencia que merecería. Incluso yo le diría a los propietarios de los canales locales, “Eso es rentable para ustedes, si ustedes invierten en devolver identidad a la comunidad o sociedad, la sociedad le responde. Y como estos canales sobreviven por el mayor volumen de pauta, en la medida en que los índices de audiencia, es decir el rating aumenten pues los comerciantes se van a sentir en la necesidad de anunciar en esos medios. Para esto se necesita un proyecto consciente sobre “que es lo que le queremos dar a la comunidad” que no sé si lo dueños del canal se han planteado eso, si conoces alguno díselo que yo dije eso (A KAREN).

Ahora yo sé que mucha gente mira el canal, yo lo veo muy ocasionalmente pero cuando lo veo, veo que hay una absoluta pobreza. Hay pocos programas de opinión, hay pocos programas que reflexionan sobre los problemas de la ciudad, las noticias son muy vagas, son refritos muchas veces. Es una canal que no tiene la posibilidad de sacar una cámara en el momento que hay un atraco en un barrio porque eso cuesta, implica coger una camioneta con un camarógrafo, llevarlo aya, pues lo chivea caracol o RCN son los primeros en llegar porque lo pueden hacer. Ahora yo creo que en los medios masivos de comunicación hay dos o tres cosas con las cuales la comunidad si se identifica y que son poderosas: Uno el elemento musical. La música que pasa la radio y el canal local es la música que identifica a los cartageneros y dos los deportes.

Es decir la importancia que se le da a un triunfo o derrota del Real Cartagena, la importancia que tiene que haiga jugadores de beisbol cartageneros en el Beisbol de las grandes ligas, el nuevo triunfo que tenga “la chechi”. El gol o el contrato que hizo un muchacho cartagenero con un equipo importante. Eso son afirmaciones de identidad. La gente dice “oye que verraquera, ahí hay un cartagenero” y eso es importantísimo entonces por el momento los índices de identidad lo está dando la música y el deporte.

J.D.: Si usted fuera director de un medio de comunicación o le invitaran a formar parte de una junta de programación de un medio regional, más específicamente de la televisión ¿Qué cosas ajustaría en la programación de esos medios de comunicación televisivos para que hicieran un aporte más profundo y significativo al contexto Cultural de la Región Caribe y de Cartagena hablando de forma particular?

O.C.: 1. Unos informativos creíbles, por lo menos en los tres horarios que significan mayor audiencia, mañana, medio día y noche. Un buen informativo que hablará de la ciudad y de la región, cuando digo un buen informativo es que vaya a las fuentes, registre con fidelidad lo que sucede.

2. Una parrilla diversificada por un lado están las culturas populares, las músicas populares darle mucha importancia a eso, darle importancia al campo del deporte, pero al campo del deporte como una expresión de identidad colectiva destacando en aquello en que la ciudad se podría identificar.

3. Darle importancia popular a algo que no lo tiene que es ciertas expresiones de la cultura, por ejemplo: Los libros, la música clásica esas cosas que no están en el mercado de las industrias culturales y unas campañas regulares de cultura ciudadana. Creo que es una obligación de cualquier medio, prensa escrita, televisión y radio. Es una ciudad que tiene un gran déficit de cultura ciudadana. Una ciudad, cuya riqueza es pateada todos los días por los ciudadanos y por los poderosos. Cuando uno va a

Bucaramanga o vas a Medellín y oyes hablar a un bumangués o un paisa de su ciudad, lo hablan con orgullo. Les voy a contar una anécdota de un alcalde de Medellín hace diez años, el alcalde era Juan Martínez y fui a Medellín y coincidí con él en una comida. Le digo “alcalde lo felicito, esta ciudad es increíble como ha ganado y la disciplina de la gente, mire la ciudad está muy arbolada ya los pajaritos entran, prácticamente uno los oye en todas las calles, la naturaleza se metió en la ciudad “. Me dice “Hombre eso es una vaina muy bonita que ha sucedido en esta ciudad, aquí todo mundo siembra árboles hasta los sicarios siembran árboles lo que yo no sé es con que lo riegan” (risas). Y tú oyes a una paisa y está orgulloso de ser paisa, está orgulloso del metro, hace la cola, no importa la condición social. Ese elemento, el transporte masivo el metro cambió una disciplina de la modalidad fundamental esperemos que transcriba lo consiga.

Si yo tuviera la oportunidad de hablar de radio o televisión le diría mira “en la medida en que tu inviertas en la ciudad y ganes la confianza de la ciudad vas a ganar en sintonía, vas a ganar en audiencia, vas a ganar en rating y eso es importante. No es teniendo una programación improvisada y loca como acaba imponiendo tener un medio. –“Yo pienso que también está la otra parte y eso lo que gente quiere ver, no es lo que le medio quiera mostrar o proyectar sino es lo que la gente quiere ver para así ganar audiencia”- KAREN- Eso es un falso argumento (Collazos) porque la gente lo que llaman la gente, lo que la gente quiere consumir no es porque la gente lo decidió, lo indujeron a la gente, indujeron a la gente a consumir eso. Si no existiera la emisora cultural de la Universidad de Cartagena nadie escucharía música clásica. Yo a veces me subo en taxis que están sintonizando la emisora de la Universidad de Cartagena. Si tu no haces la oferta cultural no habrá el consumo de ese producto y hay un relación entre oferta y consumo y si no hay las necesidades las puedes crear. Tú puedes crear necesidades buenas y necesidades malas. Si tu haces una oferta cultural importante vas a tener gradualmente más gente que se te convierte en consumidor de ese producto. Porque las emisoras de aquí, porque las emisoras populares de radio

son una gritería porque todos tiene que gritar y no se contentan con gritar, meten en la cabina una especie de resonancia que le hace eco a la voz. Porque el costeño tiene que volverse gritón. Tú crees que dignifica a la ciudad un periodista como Marimón y entonces Marimón dice que eso es lo que le gusta a la gente, Campo Elías Teherán está en una franja de expresión popular quizás demagógico. Yo creo que en la existencia de los medios de comunicación populares. Por supuesto yo no escucho a Campo Elías, pero el problema no es que Campo Elías sea grito o sea demagogo, el problema es si dice o no la verdad.

J.D.: Respecto al tema del Bicentenario, ¿Cuál cree usted que serían las agendas informativas que deberían estar abordando los medios de comunicación frente a lo que pasó en 1811 en la ciudad de Cartagena? ¿Qué temas de debate y de discusión deberían estar gestando los medios de comunicación local frente al bicentenario y su relación con el panorama sociocultural y sociopolítico actual?

O.C.: El universal estaba respondiendo a eso, estaba publicando episodios destacados de lo que fue el movimiento de independencia y lo estaba haciendo en colaboración con grupos de historiadores de la ciudad eso es bueno. En televisión no se ha estado haciendo, en televisión podrían haberse dramatizado pequeños episodios de la independencia o de los conflictos, acuérdense de una cosa. Uno dice Mompox se independizó primero que Cartagena eso es cierto, pero el conflicto que tuvo Mompox con Cartagena fue serio, porque Cartagena se independizó Mompox y después Cartagena para someterla. Un episodio en el cual se aclare cuál fue la vaina entre Mompox y Cartagena. Es decir que dramatice cuales fueron los personajes de Getsemaní que jugaron un papel importante en la independencia, faltó proyectar eso a los medios masivos de comunicación porque el universal no es un medio masivo, la gente mucho es menor a la gente que oye y ve. No hubo un guión coherente de la conmemoración, un proyecto específico, ni de educación, ni de propaganda. A la administración local le faltó. En cuanto a la televisión que agendas informativas

utilizaría usted para promocionar lo ocurrido en 1811? Sería crear un colectivo de historiadores muy importantes: Moisés Álvarez, Alfonso Munera, Adolfo Meisel, Maria Teresa Ripoll haber creado un equipo y unos temas. Yo te digo que ya está muy tarde. Se hizo la comisión pero la obra no se hizo. Aquí decían una época “cuando quieren que no se haga nada nombre una comisión. Estoy de acuerdo con las animaciones del bicentenario creadas por jóvenes cartageneros y que se creará una página web donde los jóvenes acudan y se percaten de lo que pasó en 1811 en animaciones o en dibujos. Falto eso. Y no es problema de más recursos económicos, aquí pudo haberse creado unos dos o tres sitios interactivos en las plazas para responder a preguntas que hicieran los visitantes de la ciudad y los mismos nativos de la ciudad sobre la independencia. La gente no sabe las biografías de los mártires o preguntarle a la gente porque la cambiamos el nombre de teatro Heredia a teatro Adolfo Mejía y explique porque el estadio se llama Jaime Morón y no Pedro de Heredia, explicar esas cosas...

Hay que elaborar una serie de preguntas y poner a la gente a responderlas, que no sea la administración y que no sea la elite de intelectuales que diga. Es formularle preguntas a la gente, un buzón en el cual la gente responda. ¿Usted que en Cartagena hay discriminación racial? ¿Usted cree que en Cartagena hay discriminación social? Responda usted. Que no sea Alfonso Munera, que no sea Collazos que no sea Alberto Abello el que responda. A mis estudiantes de la Universidad Tecnológica, les pregunte que cuantos frecuentaban el centro, que venían con cierta frecuencia. El 20 no venían al centro ni sabían que era lo que pasaba en el centro. Dos o tres venían donde Fidel, tres habían entrado al teatro Adolfo Mejía. ¿Quiénes conocen Crespo? Menos de la mitad de la clase levantó la mano y la mayor parte son nacidos en Cartagena. La persona que más sabía y que mas conocía de la ciudad es el hijo de un comerciante santandereano.

Anexo 7: Análisis de la parrilla programática del Canal Cartagena

Nombre de programas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
A Puño Limpio	1	6,3	6,3	6,3
Al Sofá con Caro	1	6,3	6,3	12,5
Amanecer Cartagenero	1	6,3	6,3	18,8
Cartagena Noticias	1	6,3	6,3	25,0
Cartagena Soy	1	6,3	6,3	31,3
Control Cartagena	1	6,3	6,3	37,5
Control Kids	1	6,3	6,3	43,8
Desde el Portal	1	6,3	6,3	50,0
El Magazín	1	6,3	6,3	56,3
El Pitazo	1	6,3	6,3	62,5
En Blanco y Negro	1	6,3	6,3	68,8
En Concierto	1	6,3	6,3	75,0
En pos de su bienestar	1	6,3	6,3	81,3
Sábado VIP	1	6,3	6,3	87,5
Temas de Fondo	1	6,3	6,3	93,8
Tiempo Extra	1	6,3	6,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Franja horaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Mañana	2	12,5	12,5	12,5
Tarde y noche	5	31,3	31,3	56,3
Tarde	2	12,5	12,5	68,8
Noche	4	25,0	25,0	93,8
Mañana y noche	1	6,3	6,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Modalidad de presentación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
semana y fin de semana	1	6,3	6,3	6,3
en la semana	3	18,8	18,8	25,0
fin de semana	5	31,3	31,3	56,3
parte de la semana y parte fin semana	6	37,5	37,5	93,8
Todos los días	1	6,3	6,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Género Televisivo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Informativo	4	25,0	25,0	25,0
Entretenimiento Cultural	2	12,5	12,5	37,5
Entretenimiento	3	18,8	18,8	56,3
Entretenimiento Musical	3	18,8	18,8	75,0
Entretenimiento Deportivo	4	25,0	25,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Contexto de Acción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Local	11	68,8	68,8	68,8
Contexto General	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Público Preferido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Público general	3	18,8	18,8	18,8
	Joven y Adulto	6	37,5	37,5	56,3
	Adultos	5	31,3	31,3	87,5
	Juvenil	1	6,3	6,3	93,8
	Infantil	1	6,3	6,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Público por género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mixto	13	81,3	81,3	81,3
	Masculino	3	18,8	18,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Aporte identidad local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	12,5	12,5	12,5
	No	14	87,5	87,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	