Al imaginarnos nos vemos
Cine comunitario en Ibama

Autores

Jennifer Daniela Zuluaga Gaviria

Norman Felipe Sarmiento Salcedo

Sandra Milena Herrera Jacobo

Trabajo presentado como requisito para optar por el título de: Especialistas en Gerencia y Gestión Cultural

Directores

Luis Enrique Izquierdo Reyes

Rubiela Gómez Gómez

Escuela de Ciencias Humanas

Especialización en Gerencia y Gestión Cultural

Universidad del Rosario

Bogotá D.C - Colombia

2021

Tabla de contenido

Resumen Ejecutivo **6**

Descripción del proyecto **7**

Justificación **8**

Antecedentes **11**

Planteamiento del problema **14**

Objetivo general **15**

Objetivos específicos **15**

Marco Teórico **15**

¿Qué es el cine comunitario? 16

Inteligencia colectiva, cine comunitario y nuevas tecnologías 18

Metodología y modelo de gestión **19**

Estrategia social 21

Estrategia de gestión cultural 23

Estrategia financiera 25

Alianzas con espacios culturales de Bogotá. *27*

Donaciones: *29*

Socios filántropos: Crowdfunding *29*

Estrategia tecnológica y científica 31

Realización del evento 32

Costos totales del proyecto *35*

Costos directos del proyecto *35*

Compras *37*

Costos Indirectos *37*

Estrategia de comunicación 38

Fase 1: Desarrollo de contenidos digitales y alianzas estratégicas *38*

Fase 2: Convocatoria en Ibama para el evento *39*

Fase 3: Divulgación de productos realizados en el evento *39*

Cronograma del festival 41

Indicadores 42

Conclusiones 43

Referencias 44

Índice de Tablas

Tabla 1.....24

Tabla 2.....25

Tabla 3.....35

Tabla 4.....35

Tabla 5.....37

Tabla 6.....37

Tabla 7.....41

Tabla 8.....42

Índice de Figuras

Figura 1 20

Resumen Ejecutivo	
Título	Al imaginarnos nos vemos. Cine comunitario en Ibama
Proponente(s) integrantes	Norman Felipe Sarmiento Salcedo; Jennifer Daniela Zuluaga Gaviria y Sandra Milena Herrera Jacobo
Contexto de aplicación	Ibama, corregimiento adscrito al municipio de Yacopí, Cundinamarca.
Descripción del problema	Aunque la población de Ibama trabaja en diferentes aspectos de forma autónoma y colaborativa, hallamos que, a pesar de lo dicho, se presenta una ausencia de propuestas culturales. Lo anterior, según hemos detectado, se genera debido a la falta de cohesión social e interés por la promoción cultural, así como el desaprovechamiento de los recursos físicos, humanos y tecnológicos con los que cuentan.
Descripción del proyecto	Al imaginarnos nos vemos, es un proyecto para la creación y exhibición de cine comunitario, el cual se realizará en Ibama, corregimiento adscrito al municipio de Yacopí, en Cundinamarca. Se planea desarrollar en dos días, espacios de formación, exhibición y, sobre todo, de creación artística, teniendo como base el cine comunitario, pues *Al imaginarnos nos vemos* será un espacio para representar todos los sentimientos, pensamientos, expectativas e imaginarios por medio del arte.
Justificación	Consideramos que el cine comunitario es una gran herramienta para fortalecer lazos de identidad cultural, apropiación del territorio, promover la autogestión, disminuir la brecha digital y, finalmente, crear nuevas propuestas culturales nacidas desde la comunidad. Por esto, consideramos que todo el proceso que se llevará a cabo por medio del cine comunitario no solo servirá para fortalecer competencias tecnológicas y conocimientos para el desarrollo cultural, sino que servirá de base para promover futuros líderes culturales, artistas, crear una red de apoyo y, finalmente, promover la realización de nuevas propuestas desde la comunidad.
Objetivo general	Incentivar la generación y realización de actividades culturales desde la comunidad de Ibama, utilizando como herramienta el Cine comunitario.
Objetivos específicos	1. Realizar un festival de cine comunitario, en donde la población de Ibama sea espectadora, aprendiz y creadora. 2. Fortalecer competencias en el uso de nuevas tecnologías. 3. Realizar tres talleres de formación en las siguientes áreas: gestión cultural, bases creativas para contar una historia y uso de teléfonos inteligentes en la realización de cine.
Beneficiarios directos	Niños, jóvenes y adultos de la población de Ibama, Cundinamarca.
Costo total	**$28.595.000**

Al imaginarnos nos vemos.

Cine comunitario en Ibama

Descripción del proyecto

Al imaginarnos nos vemos, es un proyecto de cine comunitario, el cual se realizará en Ibama, corregimiento adscrito al municipio de Yacopí en Cundinamarca. Se planea desarrollar en dos días, en donde se exhibirán producciones con base en el Cine comunitario y, a su vez, se generarán espacios de formación y de creación para que la propia comunidad genere contenido audiovisual. Para esto, presentamos a continuación un posible cronograma, que puede estar sujeto a cambios de acuerdo con la identificación de necesidades de la población o a recursos físicos y tecnológicos.

En el primer día, la población desempeñará un papel de espectadores y aprendices, pues se proyectarán producciones con base en Cine comunitario y, a su vez, se dictarán tres talleres con dos enfoques: el primero, para todos aquellos que quieran aprender o fortalecer conocimientos en gestión cultural, y que podrían ser los futuros líderes en esta temática dentro de la población; el segundo, será un taller creativo con bases artísticas para la narración de una historia (escritura, guion y actuación) y el tercero, en el uso de teléfonos inteligentes para la realización de cine.

Durante el segundo día, la población jugará el papel de creadora, pues, con base en lo aprendido el día anterior, se estructurarán y grabarán historias (ficción o documental) que generen los grupos organizados previamente; luego, en horas de la tarde, se utilizarán aplicaciones móviles para edición de video y, finalmente, se proyectará a toda la población los contenidos audiovisuales desarrollados durante el festival. Luego de esto, el evento cerrará con un “aguapanelazo”, en donde conversaremos para conocer la opinión y

experiencia de la población y, a su vez, reflexionar cómo se pueden seguir generando estos espacios culturales, valiéndose de los recursos con los que cuentan.

Así pues, y como cierre del cronograma, durante el siguiente mes buscaremos dar visibilidad a la población, y al proyecto, subiendo los cortometrajes realizados a la plataforma YouTube y, además, licenciados bajo *Creative Commons* con el fin de promover el acceso abierto.

Por todo lo anterior, desde este proyecto esperamos estimular procesos de promoción cultural, disminuir la brecha digital, fortalecer lazos de identidad y crear conciencia de cómo desde la autogestión y con las herramientas que cuenta la comunidad se pueden realizar actividades culturales.

Justificación

El acceso a la cultura es fundamental para el desarrollo de las sociedades, además de ser un Derecho Humano establecido por la Unesco (2018). Por lo anterior, consideramos que generar competencias y conocimientos que ayuden a una comunidad a generar espacios culturales se convierte en una prioridad para el desarrollo y el ejercicio de la ciudadanía, pues, como nos menciona Goyeneche-Gómez (2012) :

> Los fenómenos que vinculan cine, cultura e historia sintetizan configuraciones en las que se articula lo social, lo económico y lo político con las formas de conocimiento, percepción y definición de lo cultural. (p. 411)

Por esto, el acceso a la cultura y la autogestión como herramientas de desarrollo se convierten en una prioridad para el progreso de una comunidad en planos como la educación, la economía y el acceso a la información, por ejemplo.

Teniendo en cuenta lo dicho, nuestro proyecto busca generar un espacio de exhibición y, a su vez, de creación en donde el Cine comunitario será la expresión artística y la herramienta por utilizar, pero, también, fortalecer procesos de gestión y promoción cultural, pues:

> Se pudo comprobar que pese a sus limitaciones la difusión del cine y el audiovisual comunitario ha generado expectativas dentro y fuera de las comunidades. Esto conlleva a que un público más amplio se identifique y valore las experiencias que reflejan situaciones e historias de vida que no tienen cabida en los medios tradicionales (Fundación Friedrich Ebert, 2014, p. 16).

Por otro lado, consideramos que el Cine comunitario concientizará a la comunidad sobre cómo desde ellos mismos, y con las herramientas que cuentan, pueden generarse propuestas y actividades culturales. Pues, el festival busca fortalecer lazos de identidad, considerar la autogestión como modelo aplicable para las propuestas culturales, disminuir la brecha digital y hacer partícipe a la comunidad de un proceso creativo en donde se reflejen a ellos mismos, pues, siguiendo a Kong Montoya (2017):

> El cine comunitario se define como una actividad de grupos sociales organizados que producen sin la intervención de cineastas o gente especializada en las producciones cinematográficas de grandes presupuestos. En su elaboración se defiende el derecho a la comunicación, posee expresiones culturales que fortalecen la identidad de un grupo. (p. 125)

Así pues, consideramos que el ejercicio anterior no solo servirá para apostarle al acceso a la cultura, la memoria histórica, el uso de las nuevas tecnologías o la identidad cultural, por ejemplo, sino que también aportará a la disminución de la pobreza en centros poblados y rurales, los cuales, y según el DANE en su última medición, abarcaba el 34, 5%

de la población (2020). Lo anterior se logrará no solo con la oportunidad que tendrá la población de generar iniciativas desde sus propios recursos y así facilitar emprendimientos, sino también con competencias en el manejo de nuevas tecnologías, pues esto brinda la oportunidad de disminuir las brechas actuales por medio de la formación como ciudadanos digitales, ya que, y siguiendo a Kroes (citada por Delgado, 2020), estos son “personas con mayor acceso a la información, personas empoderadas para dar forma al mundo que los rodea. Más capaz de aprender y participar” (párr. 4).

En resumen, fortaleceremos competencias para que la comunidad pueda convertirse en un agente activo “en línea” que, a futuro, se involucre de manera más efectiva en la creación de productos web, en la participación en redes de trabajo, en la generación y visibilidad de emprendimientos, en la aplicación de convocatorias gubernamentales, en la realización de intercambios monetarios, en la compra de productos e insumos, o muchas otras oportunidades que brinda la internet, como ejemplo de esto podemos ver los casos expuestos por (Georgieva, 2018), en donde se evidencia el mejoramiento de la calidad de vida en aspectos económicos y sociales en diferentes poblaciones de África.

Finalmente, todo lo anterior lo lograremos gracias a las posibilidades en formación y práctica como ciudadanos digitales que brinda nuestro proyecto con diversos componentes organizacionales, artísticos, humanos y tecnológicos.

Video promocional

Escanea el código QR para visualizar el video en Youtube: https://youtu.be/B0n4IoZInLE

Antecedentes

El Cine comunitario se ha venido fortaleciendo como herramienta para desarrollar procesos sociales y, además, como alternativa creativa para las comunidades. En el caso de Colombia, contamos con la Ley 814 de 2003 (Congreso de Colombia, 2003), también conocida como Ley de Cine, la cual se establece como la política principal en materia cinematográfica en el país. Si bien lo anterior, genera un importante avance, para nuestro caso, y hablando de Cine comunitario, el principal impacto es generado por el Plan Audiovisual Nacional [PAN], desarrollado por el Ministerio de Cultura y en donde se empieza a promover la producción audiovisual desde lo comunitario. Pues, como nos menciona Zuluaga (2009) hablando de la Ley de Cine: "hoy por hoy, la Ley es el marco principal de la política cinematográfica colombiana. Sin embargo, existe una enorme producción audiovisual que desborda ese marco y que tiene su origen en procesos educativos, independientes o comunitarios" (p. 48) y, además, el Ministerio de Cultura (2008), hablando sobre el PAN y en relación con lo comunitario, manifiesta entrega de estímulos a grupos de trabajo que desarrollen productos audiovisuales con componentes comunitarios.

Además, desde el departamento en el que se encuentra ubicada la población, está el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca (IDECUT), el cual se convierte en un importante apoyo gubernamental, pues, cuenta con el Plan Decenal de Cultura 2016-2026 (Ceballos Arévalo et al., 2015, p. 107), en donde nuestro proyecto puede ayudar a apoyar los objetivos y enfrentar los diferentes metaproblemas planteados allí, sobre todos los que hacen referencia a la baja continuidad en procesos de gestión, identidad cultural, baja información o comunicación o bajo nivel de formación, por ejemplo.

Por otro lado, y desde los proyectos previos al nuestro, existen diferentes organizaciones y colectivos que vienen promoviendo esta forma de expresión y organización artística. Uno de los más reconocidos es el Festival de Cine y Video Alternativo y Comunitario 'Ojo al Sancocho', el cual nace en la localidad de Ciudad Bolívar en el año 2007 (Batista, 2018) y en donde se han venido desarrollando espacios de formación, exhibición, creación y adecuación de espacios, como la sala Potocine, por ejemplo (Ojo al Sancocho, 2016). Todo lo anterior, a presar de ser un espacio comunitario que pareciera quedarse en lo local, ha logrado demostrar cómo este tipo de expresión y organización tienen un fuerte impacto nacional y hasta internacional, pues además de haber sido galardonados a nivel nacional con becas del Ministerio de Cultura y de la Secretaría de Cultura, también han sido reseñados en medios internacionales como la BBC, el periódico Diagonal de España o Página 12 de Argentina, por ejemplo (Ojo al Sancocho, 2016).

Adicional a este festival, también encontramos en la ciudad de Medellín, el Festival de Cine y Video Comuna 13 'La otra historia', el cual es "surgido del barrio Villa Laura de la Comuna 13 en Medellín, el objetivo de este Festival es romper mediante cámaras las barreras imaginarias que dividen internamente a la comuna y del resto de Medellín" (Batista, 2018). Este festival ya lleva cinco ediciones, ha sido reseñado en diferentes medios nacionales y ha tenido un impacto en promoción gracias a la participación de reconocidos actores y artistas como Salvo Basile, César Mora y la cineasta mexicana Lucía Carreras, por ejemplo (Mercado, 2018). Lo anterior, nos muestra cómo el cine comunitario se convierte también en una herramienta para crear redes de apoyo con personalidades y creadores que se encuentran dentro de afamadas o importantes producciones del mercado cinematográfico y de la televisión, generando así mayores posibilidades de divulgación, promoción y patrocinio.

Por otro lado, el cine comunitario también es una oportunidad para la inclusión de las minorías, tradicionalmente invisibilizadas política, económica y socialmente en nuestro país, pues, por ejemplo, la Corporación Carabantú organiza el Festival de Cine comunitario Afrodescendiente Kunta Kinté, en donde:

> Las proyecciones de este festival se llevan a cabo en Medellín y son evidencia de cómo el cine comunitario también es una oportunidad para que las minorías poblacionales se tomen el arte y muestren sus preocupaciones y experiencias a través del cine (Batista, 2018).

Además, otro ejemplo de impacto social generado por el cine comunitario es el trabajo con víctimas de la violencia y el conflicto armado, así como el rescate de la memoria histórica, pues, en Montes de María, subregión Caribe colombiana, se realiza el Festival Audiovisual de los Montes de María (FAMMA), del cual ya se han realizado nueve ediciones, la última de ellas de forma virtual y, además, se ha convertido en un medio para que diferentes poblaciones de la región encuentren una posibilidad de expresión, de fortalecimiento de la identidad, de integración de la población y de promoción de la cultura de paz, pues:

> El trabajo con la comunidad de la zona está centrado en la construcción de memoria a través del cine y busca que los jóvenes se acerquen a la población mayor y a través de este intercambio puedan entender lo que sucedió con la población víctima y victimaria en pro de la convivencia pacífica (Batista, 2018).

Finalmente, podríamos seguir nombrando proyectos importantes en nuestro país, como la Fundación Cine a la Calle que promueven la iniciativa “Barrios de Película” (Fundación Cine a la Calle, 2017) o la creación de la Red Audiovisual Comunitaria del Caribe Colombiano, promovida por la misma fundación en mención, pero, para nuestro caso

y de todas estas experiencias, podemos observar cómo este tipo de festivales y el trabajo con las poblaciones desde el cine comunitario ha permitido crear espacios de reflexión, promovido la creación artística, generado apropiación del territorio, recuperado la memoria histórica, ha creado nuevos espacios para la exhibición cinematográfica y, sobre todo, han contado con éxito nacional e internacional, tomando cada vez más relevancia en el impacto social y, a gran escala, en la promoción del sujeto político, entendiendo este como aquel que trasciende de lo individual a lo colectivo, construye su propia realidad y logra la transformación por medio de la acción organizada y reflexiva (Arias Rodríguez & Villota Galeano, 2007), pues, siguiendo a Álvaro Ruíz (citado por Batista, 2018), director artístico del Festival de Cine comunitario de los Montes de María (Beltrán Valderrama, 2019):

> Nosotros queremos crear sujetos políticos en la sociedad colombiana, específicamente, en los Montes de María. Y creemos que el festival es una de las formas de reparación simbólica para todas las víctimas del conflicto armado que dejó la región y que es un espacio para compartir experiencias con el mundo entero.(párr.4)

Planteamiento del problema

Aunque la población de Ibama trabaja en diferentes aspectos de forma autónoma y colaborativa, hallamos que, a pesar de lo dicho, se presenta una ausencia de propuestas culturales. Lo anterior, según hemos detectado, se genera debido a la falta de cohesión social e interés por la promoción cultural, así como el desaprovechamiento de los recursos físicos, humanos y tecnológicos con los que cuentan.

Objetivo general

Incentivar la generación y realización de actividades culturales desde la comunidad de Ibama, utilizando como herramienta el Cine comunitario.

Objetivos específicos

1. Realizar un festival de cine comunitario, en donde la población de Ibama sea espectadora, aprendiz y creadora.
2. Fortalecer competencias en el uso de nuevas tecnologías.
3. Realizar tres talleres de formación en las siguientes áreas: gestión cultural, bases creativas para contar una historia y uso de teléfonos inteligentes en la realización de cine.

Marco Teórico

Ha pasado más de un siglo desde que los hermanos Lumiere presentaron, a finales del siglo XIX, ese invento llamado cinematógrafo y, a partir de este, se ha generado una gran diversidad de obras, técnicas, personajes, lugares e ideas que se han venido ganando un espacio con cada mayor aceptación a nivel mundial, pues, por ejemplo, del año 2005 al 2020 la recaudación por taquilla pasó de los 23 a los 42 millones de dólares (Statista, 2021), reflejando un constante ascenso solo afectado por los cierres generados por el Covid-19. Para Colombia, el caso no es diferente, pues según Proimágenes Colombia (2021), el total de espectadores en salas de cine y autocines pasó de 33,66 millones en 2010 a 73,11 millones en 2019, presentando descenso en el 2020 por las mismas causas dichas. En pocas palabras, el cine como industria sigue fortaleciéndose.

Pues bien, lo anterior no solamente sirve para decir que es una industria en crecimiento, sino también para entender cómo cada vez más personas ven en estas

producciones una gran forma de entretenimiento, una expresión estupenda, una reflexión o, por qué no, el escape ideal de la realidad. Diferentes motivaciones para acercarse al mismo arte. Por lo que podemos hablar del cine no solo como una industria y como un producto, sino también como un fenómeno social, pues, "es una institución social cuyo alcance va más allá del mero entretenimiento. Ha contribuido a desarrollar la cultura popular que nos rodea y ha ayudado a configurar el mundo en que vivimos" (Pardo, 2001, p. 120). Así pues, lo dicho nos permite pasar al tema que nos atañe: el cine comunitario.

¿Qué es el cine comunitario?

Ahora bien, sabemos que la palabra cine puede tener diferentes significados según el contexto, por ejemplo, el diccionario de la Real Academia Española (2021) nos indica que es un "local o sala donde como espectáculo se exhiben las películas cinematográficas", pero también que es el "conjunto de películas cinematográficas" o, finalmente, que el cine corresponde a la "técnica, arte e industria de la cinematografía". Si bien la última definición es la que más se acerca a nuestro concepto, nos referimos aquí a cine comunitario hablando de procesos sociales que parten desde unas características específicas y que tienen como producto un audiovisual, en otras palabras, "el cine comunitario se define como una actividad de grupos sociales organizados que producen sin la intervención de cineastas o gente especializada en las producciones cinematográficas de grandes presupuestos" (Kong Montoya, 2017, p. 125).

Pero, aquí no termina, pues el cine comunitario no es solo una colección de producciones audiovisuales generadas por unas comunidades específicas, sino que gran parte de su esencia se da gracias a los procesos sociales que la realización del mismo conlleva, pues estamos hablando aquí de trabajo colaborativo, participación sociocultural y política,

creación artística, preservación de la memoria, fortalecimiento de identidad, entre otras cosas, y, todo esto, desde comunidades que han sido acalladas, o desconocidas debido a diferentes causas, pues:

> Lo comunitario hace referencia a lo que surge desde la experiencia de convivir y solucionar problemas entre la gente que está involucrada. Como una comparación; lo oficial actúa desde lo externo e impone, lo comunitario resuelve desde el interior de un problema, quien actúa es la comunidad. (Kong Montoya, 2017, p. 130)

Y hablamos aquí de "oficial" no solamente para referirnos a las directrices, reglas o normas que son impuestas por una gran mayoría, o un estado, sobre algunas comunidades específicas, sino que también podríamos ver este término como el cine comercial y las grandes productoras que generan tendencia y tienen los espacios para la difusión masiva. Por esto, el cine comunitario no solamente habla desde el arte, sino también desde lo social, económico y político. Si bien la imposición antes dicha puede verse de manera positiva, pues, después de todo, ¿no es acaso la democracia la voluntad de unas mayorías sobre unas minorías?, el problema real de esto se da cuando esta imposición es arbitraria y los afectados se encuentran imposibilitados para oponerse u opinar en igualdad de condiciones.

Por esto, este tipo de cine se convierte en una herramienta importante para dar voz a los que no la tienen, sea por violencia, pobreza, desinformación, tecnología o ubicación geográfica, por ejemplo, y que quieren contar su punto de vista. En últimas, el cine comunitario permite la libertad de expresión, el acceso a la información, la creación artística, el trabajo mancomunado, entre otros elementos centrales para la construcción de una sociedad realmente equitativa y democrática.

Inteligencia colectiva, cine comunitario y nuevas tecnologías

Teniendo en cuenta lo dicho, dentro del proyecto de cine comunitario encontramos un elemento de suma importancia para la construcción de conocimiento, este es la llamada inteligencia colectiva, pues, en palabras de Pierre Levy (2004), es:

> Una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias. El objetivo de la inteligencia colectiva es el reconocimiento y el enriquecimiento mutuo de las personas. (p. 20)

Es así como el trabajo en comunidad, mediado por una suma de saberes, presenta una propuesta holística, pues cada uno de los integrantes se convierte en un elemento central para la construcción de conocimiento, en contraposición a la estructura piramidal tradicional, pues se mezclan conocimientos venidos desde diferentes perspectivas y campos de acción, ya que: Según Wilches Mahecha & Jiménez Silva (2014):

> La inteligencia colectiva se convierte en un potente instrumento de generación de pensamientos y sabidurías integrativas propias, y posiciona una actitud profunda de de-colonización autocrítica del pensamiento, que propicia el diálogo entre saberes interdisciplinares y a-disciplinares (sabidurías ancestrales y milenarias, campesinas y alternativas, etc.), con lo que se posiciona como un valioso instrumento de transversalidad sistémica en donde sea implementada. (p. 114)

Por esto, no se trata únicamente de transformar al otro, sino que también en este proceso se vive una transformación del yo, en otras palabras, desde las subjetividades se construye conocimiento objetivo que transforma lo exterior, pero también el interior. Y es así como empezamos a enlazar mejor la inteligencia colectiva con nuestro proyecto de cine comunitario, pues crear un audiovisual involucra una suma de conocimientos, intereses,

perspectivas, opiniones o ideas, que terminan generando un producto en donde la comunidad se representa e identifica, ya que, al ver su obra en la pantalla, se imaginarán como personajes de ficción gracias a una historia que previamente también habían imaginado.

Finalmente, todo lo anterior tienen un soporte importante en las Tecnologías de la Información y la Comunicación [TICs] y el internet, pues serán las herramientas por medio de las cuales se materializarán las ideas, pero, además, porque por medio de su implementación y uso también practicaremos la inteligencia colectiva, ya que no solo se trata de dialogar, reflexionar o crear desde el territorio, sino también de comunicar, aprender y organizar desde lo virtual, pues:

> Los nuevos sistemas de comunicación deberían ofrecer a los miembros de una comunidad los medios para coordinar sus interacciones en el mismo universo virtual de conocimientos. No se trataría pues solo de concebir el mundo físico ordinario, sino también de permitir a los miembros de colectivos delimitados de interactuar dentro de un paisaje móvil de significaciones. Acontecimientos, decisiones, acciones y personas estarían situados en los mapas dinámicos de un contexto compartido, y transformarían continuamente el universo virtual dentro del cual toman sentido (Levy, 2004, p. 20).

Por todo esto, la suma del cine comunitario. la inteligencia colectiva, el internet y las TICS, será nuestra ecuación para tener como resultado procesos de transformación que van desde lo personal a lo comunitario y, a su vez, desde lo físico a lo virtual.

Metodología y modelo de gestión

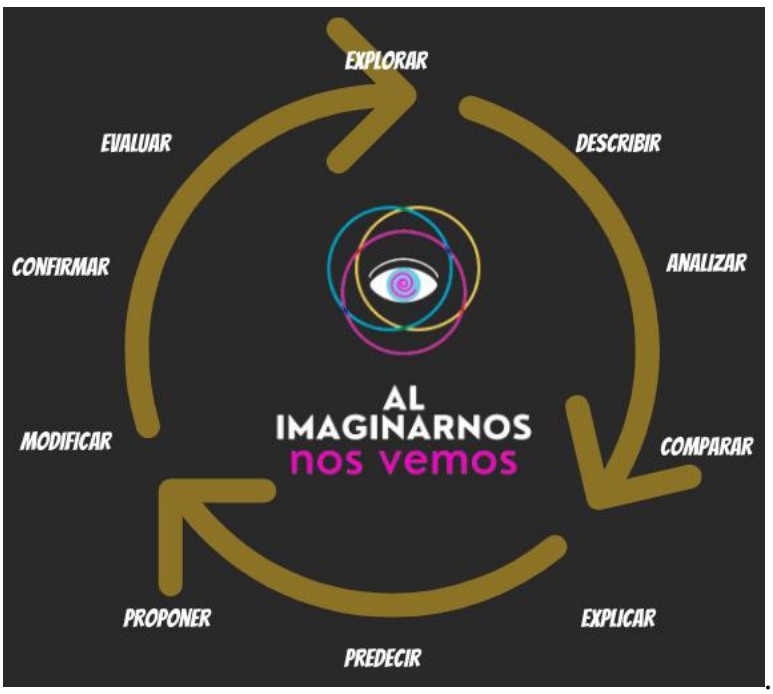
La metodología que utilizaremos para la realización de este proyecto será la holística, ya que para el desarrollo de nuestra propuesta necesitamos conocer los diferentes aspectos e involucrados y establecer las relaciones de estos con la comunidad de Ibama.

Teniendo en cuenta lo anterior, el modelo holístico se desarrolla bajo el principio cíclico o de continuidad, el cual tiene como punto de partida la investigación o exploración que busca relaciones desde distintos puntos de vista, áreas del conocimiento y diferentes posturas para formar planes de análisis y reconocimiento. Este método se contempla de forma sintética en cuatro niveles: perceptual, aprehensivo, comprensivo e integrativo, que a su vez, se manifiestan en diez estadios: explorar, describir, comparar, analizar, explicar, predecir, proponer, modificar, confirmar y evaluar (Londoño Ciro & Marín Tabares, 2002, p. 23).

La selección de esta metodología se realizó teniendo en cuenta la cantidad de factores que hacen parte del proyecto y que no todos se pueden controlar o monitorear desde la investigación, sino por el contrario, muchos de ellos tienen lugar en la intervención y dependen de otras variables que se deben evaluar constantemente para detectar limitaciones y construir planes de acción.

Figura 1

Modelo cíclico holístico



Fuente**:** (Londoño Ciro & Marín Tabares, 2002)

Estrategia social

Al imaginarnos nos vemos es un proyecto que tiene como objetivo incentivar la generación y realización de actividades culturales en el corregimiento de Ibama, principalmente, pero también ser una excusa para fortalecer lazos de identidad, construir aprendizaje colaborativas y fortalecer competencias en el manejo de TICs. Por lo anterior, consideramos que el cine comunitario se convierte en una gran herramienta para lograr los objetivos anteriores, ya que se mezclan elementos artísticos, sociales, económicos y políticos. Gracias a lo anterior, esta estrategia es la principal en nuestro proyecto, ya que el componente social y humano es clave en la consecución de nuestros objetivos.

Según lo anterior, tendremos tres talleres de formación: el primero, enfocado en gestión cultural y destinado a los interesados en ser futuros promotores de cultura; el segundo, desarrollará bases creativas para contar una historia, destinado a toda la comunidad; y el tercero, tendrá un énfasis en la creación de contenido audiovisual por medio de teléfonos inteligentes. Estos talleres buscan no solo ser actividades centrales en el festival, sino también promover espacios creativos y de formación que impacten en la comunidad luego de la realización del mismo, pues, no se trata simplemente de ir a la comunidad, realizar un evento y luego irse, sino de dejar unas semillas, unas prácticas y unos conocimientos que beneficien a todos los habitantes a futuro. Por medio de estos talleres, también buscamos fortalecer las competencias en el uso de las nuevas tecnologías, y a su vez puedan adquirir habilidades que más adelante puedan aplicar en beneficio de su comunidad.

Por otra parte, también queremos vincular activamente a la comunidad con el desarrollo del festival, desde diferentes ámbitos: primero, por medio de voluntariados que tendrán un reconocimiento económico; segundo, con la compra de productos agrícolas,

servicios de alimentación y alquiler de equipos y mobiliario que apoyen el desarrollo del festival; tercero, generando ingresos a la Escuela rural de Ibama por medio de un pago por el alquiler del espacio; y, cuarto, dando visibilidad tanto a las obras como a la población, pues en la estrategia de comunicación está proyectado tener un impacto en otras comunidades por medio de lo virtual. Lo anterior, nos sirve para:

> Promover las oportunidades de formación y de acceso al trabajo de los jóvenes y adultos es un tema pertinente para el país, en el que la construcción de la paz exigirá espacios de educación, formación y trabajo para que quienes hagan parte del proceso y se integren a las ciudades o regresen a sus regiones (Ministerio De Cultura, 2018, p. 46).

Por todo lo anterior, con este proyecto queremos llegar a la comunidad y ser más que un festival de cine comunitario, buscamos ser un espacio de representación y construcción para todos por medio del arte.

Comunidad

Escanea el código QR para visualizar el video en YouTube: https://youtu.be/gIfYqnNQL5U

Estrategia de gestión cultural

Nuestra estrategia de gestión cultural está dividida en dos elementos centrales: primero, la labor que como gerentes realizaremos para lograr el éxito del festival; y, segundo, los espacios de formación que brindaremos para que la comunidad pueda, a futuro, desarrollar proyectos desde la gestión cultural.

Dicho esto, Ibama es un corregimiento adscrito al municipio de Yacopí, el cual cuenta con 10,887 habitantes (DANE, 2018) en donde hemos identificado que una de las causas de la falta de oferta cultural, es en parte, generada por la baja implementación de actividades y formación en cultura.

Según el Concejo Municipal de Yacopí (2020):

> Una de las iniciativas de las autoridades locales por apoyar el fortalecimiento de la cultura en el territorio ha sido con la Creación del Consejo de Cultura que No opera debido a distintas circunstancias que hacen necesario aunar esfuerzos entre diversas entidades para el fortalecimiento de esta institución (Concejo Municipal, 2020, p. 44).

Si a lo anterior le sumamos lo que observamos en la entrevista de Ruth Milena Real Bustos, en donde nos indicó cómo las convocatorias con fondos del BEPS para gestores culturales han quedado desiertas y, adicional, que el municipio solo cuenta con oferta de formación artística en dos disciplinas (ver Tabla 1), comprendemos entonces que el impacto que tendría nuestro proyecto entraría a apoyar estos tres vacíos.

Tabla 1

Aspectos culturales del municipio de Yacopí

BIBLIOTECAS	
Número de bibliotecas adscritas a la Red Nacional de Bibliotecas	1
Porcentaje de biblioteca de la Red Nacional de Bibliotecas con conectividad a internet	100%
ESCUELAS DE FORMACIÓN	
Proceso de formación artística ofertados por la entidad territorial	Danzas y música
PARTICIPACIÓN CULTURAL	
Creación del Consejo de Cultura mediante acto administrativo	Si
Operatividad del Consejo de Cultura	No opera

Fuente: (Concejo Municipal, 2020)

Adicional, para lograr todo esto, como gerentes estaremos a la cabeza de todas las actividades y planes para desarrollar el cronograma que permita culminar con éxito el festival. Esto incluye involucrarse de lleno con la estrategia de comunicación y mercadeo, establecer las alianzas estratégicas y la oferta comercial para proveer los recursos necesarios, lograr el recurso humano idóneo, realizar seguimiento a los objetivos y a los estándares de calidad, entre muchas cosas que se planean y que se irán dando de manera contingente.

Y, adicional a lo anterior, desarrollaremos nuestro segundo elemento por medio del taller en formación para gestores culturales, la conexión entre la secretaría de desarrollo e involucramiento de los futuros gestores de Ibama durante la estrategia de comunicación y el desarrollo del evento.

Proyección audiovisual

El material audiovisual que se proyectará durante el evento será de contenido libre que tomaremos de plataformas de acceso abierto y de otros festivales de cine comunitario, lo

cual servirá para involucrar a la población con este tipo de producciones. Lo anterior servirá no solo como experiencia estética, sino también, como proceso de formación y reflexión del trabajo en equipo, la autogestión, la expresión de la identidad y la creación artística.

Estrategia financiera

Para el desarrollo de la estrategia financiera tendremos dos momentos: el primero, se destinará a la consecución de los recursos; y, en el segundo, destinará para la distribución del dinero en la realización del evento.

Consecución de recursos

La consecución de recursos estará alineada con la estrategia de comunicación, pues su objetivo en la primera fase será animar a todos los benefactores a participar del festival en Ibama, Cundinamarca. Es por este motivo, es que la consecución de los recursos estará destinada a cuatro grupos focales: el primero, entidades privadas; el segundo, entidades públicas; el tercero, donantes; y, el cuarto, alquiler de espacios comerciales (Ver tabla 2)

Tabla 2

Ingresos del proyecto discriminados

INGRESOS DEL PROYECTO		
Descripción	**Porcentaje de participación**	**Valor**
Recursos con entidades privadas	50%	$14.297.500
Recursos con entidades públicas	30%	$8.578.500
Donaciones	10%	$2.859.500
Alquiler de espacios comerciales 8 Stands ($300.000 c/u)	10%	$2.859.500
	TOTAL	$28.595.000

Fuente: Elaboración propia

Entidades privadas:

Comerciantes de Yacopí e Ibama

El comercio local será de gran importancia para nuestro proyecto, pues realizará un aporte importante para lograr la consecución de recursos del evento y lograr así la meta del presupuesto. Por esto, buscaremos alianzas con los comerciantes de Ibama y Yacopí, para que, por medio de la oferta publicitaria, de espacios dentro del evento o, simplemente, por el solo interés en apoyar la actividad sean nuestros principales benefactores.

Pues bien, aunque estamos convencidos del impacto que genera nuestro proyecto, también somos conscientes que muchos de los comerciantes no tendrán claro cómo los beneficia el apoyo a un proyecto cultural de cine comunitario. Por esto, quisiéramos mostrarles los siguientes beneficios:

- Impacto social, cultural y económico en la región y cómo ellos pueden hacerse partícipes de este gran proyecto.
- Visibilidad de marca, dentro y fuera del evento.
- Creación y entrega de Banco de Datos de los filántropos comerciales, para establecer así posibles intercambios o alianzas comerciales en la región.
- Espacio comercial en el evento para la venta e información de productos o servicios.
- Visibilidad para la región, generando un posible impacto en el turismo y, a su vez, lo que esto conlleva para el comercio.
- Participación virtual en los eventos exclusivos para socios filántropos.

Finalmente, esperamos que los elementos anteriores sumen diversos socios comerciales con un fuerte componente de arraigo por la región, con el interés por el crecimiento social y cultural y, a su vez, con las posibilidades de convertirse en filántropos comerciales que, apoyando la cultura, también impulsan sus negocios y emprendimientos.

Alianzas con espacios culturales de Bogotá.

La primera pregunta que surge al ver este subtitulo es: ¿Qué interés tendrán los espacios culturales de Bogotá en un evento a desarrollarse en Ibama? Pues bien, la contingencia de salud pública a causa del Covid-19 nos dejó una gran lección: el aprovechamiento de los espacios virtuales.

Por esto, la forma en que buscaremos estas alianzas con los espacios culturales (librerías, gastrobar, salas de exposición, etc.) será enlazando a la comunidad de Ibama, a los socios filántropos y a los benefactores comerciales con los espacios culturales. En otras palabras, un patrocinador en Vaki se hace acreedor de la participación en eventos exclusivos, los cuales se desarrollarán de manera presencial en los espacios culturales en alianza, pero, también, desde la virtualidad, pues será allí donde encontraremos a personas de la comunidad de Ibama.

Con lo anterior, lograremos cuatro objetivos principalmente: mayor identidad de los socios filántropos con el evento, participación de la población de Ibama, publicidad para los benefactores comerciales y, finalmente, asistencia presencial y promoción para los espacios en alianza. El beneficio final para el proyecto será la difusión del festival y, a su vez, atraer más socios filántropos y benefactores comerciales, pues se convertirá no solo en un evento de dos días en Ibama, sino en una serie de actividades virtuales, y a nivel Bogotá, previo y posterior al festival.

Entidades públicas: Alianza con Alcaldía de Yacopí

Durante el semestre pasado, realizamos una entrevista vía Zoom con Ruth Milena Real Bustos, secretaria de desarrollo social, en donde se lograron establecer diferentes proyectos y recursos para el desarrollo de actividades tanto en el municipio de Yacopí como en el corregimiento de Ibama. En esta entrevista nos habló sobre diferentes proyectos que

buscan vincular a Ibama con proyectos culturales que impacten el plan de desarrollo (comunicación personal, 2020), y es aquí donde encontramos metas que se relacionan con el desarrollo de encuentros culturales con instituciones educativas, en este caso con la Institución Educativa Gerardo Bilbao, la creación de una biblioteca itinerante, el Encuentro Artístico y Cultural Yacopícense, entre otros proyectos que, según nos indicó la entrevistada, buscan fortalecerse y, a su vez, lograr un trabajo en conjunto con el Ministerio de Cultura, el cual hasta el momento no se ha establecido.

Adicional a lo anterior, se presentó a la entrevistada la idea de nuestro proyecto para validar la posibilidad de establecer una alianza con la Alcaldía de Yacopí. Frente a lo anterior, nos indicó un proyecto existente llamada Cine al Parque (o Cine a tu vereda), en donde se realiza la proyección de películas de forma gratuita para la comunidad y, a su vez, se brinda una enseñanza de vida con base en el audiovisual; por otro lado, nos habló de las convocatorias que se han realizado a la comunidad para inscribirse como gestores culturales en donde se utilizan recursos de los Beneficios Económicos Periódicos [BEPS] (Mincultura, 2019), pero que, a pesar de las convocatorias públicas, los recursos no han podido ser asignados a nadie de la región pues no han encontrado personas que cumplan con los requisitos, según nos indicó Ruth Milena Real Bustos (comunicación personal, 2020). Lo anterior, logró el interés por parte de la funcionaria, viendo cómo nuestro proyecto se vincula con los dos elementos anteriores: difusión de cine y proyectos culturales y, a su vez, la formación y desarrollo de competencias para futuros gestores culturales.

Por esto, lo anterior nos llevó a entender cómo desde la Secretaría de Educación y Cultura de Yacopí cuentan con las posibilidades logísticas, de infraestructura y hasta de derechos de exhibición de obras audiovisuales (teniendo en cuenta el proyecto Cine al Parque), así como también la necesidad de impactar en la formación de gestores culturales

para cubrir posibles vacantes, como en las convocatorias con fondos del BEPS que han quedado desiertas. Por esto, nuestro proyecto llegaría a fortalecer y promover el desarrollo de los elementos anteriores, pero también ayudaría a la consecución de metas que se encuentran en el plan de desarrollo, como nos indicó la funcionaria, lo que se termina convirtiendo en un elemento central para establecer una alianza de importancia que sirva para obtener el apoyo de la Alcaldía en diferentes elementos que ayudarían a impactar de manera positiva la solvencia económica de nuestro proyecto.

Donaciones:

Socios filántropos: Crowdfunding

El *crowdfunfing* es una herramienta que, creemos, jugará un papel fundamental para la consecución de recursos, pues nos permitirá conectar desde diferentes aspectos con personas de todo el mundo. Esta conexión la planteamos no solo vía internet, que de por sí ya es fuerte pues podremos llegar a más personas, sino porque también buscaremos que nuestros benefactores sientan una identidad con nuestro proyecto, pues recordemos que:

> El término *crowdfunding*, frecuentemente traducido como financiación en masa o colectiva", describe un amplio y variado fenómeno consistente en la creación de un entorno (electrónico) para la agrupación de un colectivo, la aportación de ideas, recursos y fondos y la interacción en red dirigidas a apoyar conjuntamente proyectos, esfuerzos e iniciativas de individuos, organizaciones o empresas (Rodríguez De las Heras Ballell, 2013, p. 107).

Por esto, crearemos una campaña por medio de la plataforma Vaki, una de las más populares en Colombia y en donde encontramos famosos casos de éxito como el de Noticias Uno o Los Danieles (Vaki, 2021), por ejemplo, pero también proyectos individuales o comunitarios que van desde el cine, viajes o hasta la consecución de una prótesis, por

nombrar algunos. Esta plataforma no solo expondrá el impacto social, cultural y económico de nuestro proyecto para Ibama, sino que también buscará vincular de manera directa a las personas donantes, pues si bien somos conscientes que la filantropía es algo que mueve a muchos por medio de aportes económicos, también creemos que sentirse, de una u otra forma, parte del proyecto puede llevar a que más personas se sumen.

Por esto, la forma en que realizaremos lo anterior, será por medio de la participación en eventos exclusivos (como conversatorios, premier, exposiciones, informes, entre otros) para los aportantes, es decir, al convertirse en nuestros socios filántropos podrán tener acceso a diferentes contenidos y eventos exclusivos para ellos, así como también formar parte de un equipo de voluntariado que apoye los diferentes procesos y actividades en las que se pueda llegar a necesitar el apoyo de personas que así lo quieran.

Alquiler de espacios comerciales

Por último, se alquilarán espacios comerciales físicos y virtuales. Por un lado. Están los stands para la promoción y divulgación de productos y servicios durante el desarrollo del festival, donde se brindarán beneficios exclusivos de participación en los recorridos, en la clausura del evento y pauta publicitaria en la fase de divulgación de la producción audiovisual. Y, por otro lado, se brindará a los aportantes y benefactores, espacios virtuales de promoción, es decir, cada evento virtual que se haga con los aliados tendrá un espacio para promocionar las marcas o productos.

Así mismo, los *stands* alquilados durante el evento serán ubicados por secciones que permita a los visitantes realizar recorridos temáticos y lograr una mejor experiencia. Dichos espacios, tendrán amplias posibilidades para ubicar materiales publicitarios y estarán equipados con: mesas, sillas, extensión de corriente y multitomas.

Estrategia tecnológica y científica

Para el desarrollo de esta estrategia, comenzaremos por un recorrido a través del proceso tecnológico y de conectividad por el cual ha pasado Ibama en los últimos 15 años. Este corregimiento, años atrás, era un caserío entre las montañas cundinamarquesas, alejado de la cuidad, con pocos recursos, falta de conectividad y comunicación. De esta manera, para que los habitantes lograrán realizar llamadas telefónicas debían acercarse hasta un lugar llamado Telecom (tradicional para muchos, pero no para las nuevas generaciones), el cual había sido instalado en una casa familiar y cobraban una tarifa por el acceso al servicio, información obtenida de Yanet Rusinque (comunicación personal, diciembre de 2020) habitante del corregimiento.

Así es que, luego de unos años el corregimiento de Ibama recibe la noticia de la instalación de una antena satelital para habilitar la zona wifi, en mayo del 2020, beneficiando así a la comunidad. Esta obra estuvo a cargo del equipo técnico y humano de la Secretaría de las Tecnología de la Información y las Comunicaciones TIC de Cundinamarca, una iniciativa que surgió del alcalde municipal Wilkinson Florido, junto con la asamblea departamental y administración cundinamarquesa (La Tribuna, 2020).

Así pues, se logra beneficiar a los niños con este proyecto en tiempos de pandemia de Covid-19, con el objetivo más importante que ellos puedan continuar con sus estudios a través de sus clases virtuales y fortaleciendo sus competencias y, a su vez, adquiriendo habilidades tecnológicas que les aporte en su formación.

Ahora bien, no solo los niños se benefician con la conectividad también sus padres y sus familias, puesto que facilita la comunicación con sus seres queridos, acceder diarios, noticias y contenidos de interés y formación, lo que resulta muy valioso por estos tiempos. Tal como lo menciona el diputado Aroldo Ulloa, “Logramos poner en las manos de nuestros

campesinos, una herramienta tan importante e imprescindible en estos momentos, para integrarlos a la sociedad a través de la Internet y conectarlos con sus familias”(La Tribuna, 2020, párr. 4).

Realización del evento

Para la realización del festival se tendrán en cuenta los siguientes aspectos: talento humano; alimentación y transporte; espacio; equipos, mobiliario, material de apoyo; logística e imprevistos, paquetes para patrocinadores y compras.

Talento Humano

Para este aspecto, contaremos con tres roles principales: gestores culturales, talleristas y voluntarios, cada uno con labores distribuidas para el desarrollo del festival.

El rol principal lo desarrollarán los gestores culturales, que se encargarán de poner en marcha el proyecto, hacerlo posible y lograr el éxito. Ellos trabajarán durante mes y medio en tres fases: la primera, previa al evento; la segunda, en el festival; y la tercera, en la divulgación. La primera fase, tendrá lugar un mes antes del evento coordinando logística, personas, mobiliarios, equipos, promoción y demás actividades para asegurar la correcta realización del festival de cine comunitario. En el desarrollo de sus actividades, utilizarán recursos propios como: conexión a internet, equipos de cómputo y proveedores de confianza; luego, en la segunda fase se encargarán de hacer posible el evento, esta etapa tiene una duración de tres días, que estarán distribuidos entre el montaje del evento, entrega de stands y el festival, de esta manera, asegurarán el cumplimiento logístico; en la última fase, se encargarán durante los quince días al evento de la divulgación de las producciones de cine comunitario en las diferentes plataformas.

El segundo rol, estará a cargo de los talleristas que realizarán las actividades de formación. Cada uno de los talleres, tendrá tres facilitadores por sesión, encargados de cubrir

un máximo de treinta personas en cada una de las salas. Su labor, estará contratada por un tiempo máximo de dos horas y tendrán beneficios de transporte y refrigerios.

El tercer rol, será asignado a los voluntarios locales que se encargarán de apoyar la logística del evento y los talleres que requieran apoyo adicional. Ellos podrán asistir un máximo de quince personas y recibirán pago por sus labores, alimentación e hidratación durante los dos días del evento.

Alimentación y transporte

Para este componente se contratarán los servicios de alimentación y refrigerios con la comunidad, los cuales se destinarán entre: voluntarios, talleristas y gestores culturales. Dentro del plan de alimentación, se tendrán en cuenta desayunos, almuerzos, comidas, refrigerios e hidratación para los dos días del festival. Adicional, para el cierre del evento, se contratará el servicio para un aguapanelazo que se brindará a toda la comunidad. La distribución de los servicios de alimentación se realizará de la siguiente manera: los voluntarios y gestores tendrán acceso a desayunos, almuerzos, comidas y refrigerios durante el evento. Los talleristas, podrán acceder al refrigerio correspondiente a su horario de sesión.

Por otro lado, los servicios de transporte se ofrecerán únicamente para los gestores y talleristas con recorridos de ida y regreso (Bogotá – Yacopí – Ibama). No se ofrecerán transporte para ningún otro rol, pues la idea es contratar voluntarios locales y en general realizar la mayor cantidad de contrataciones en el municipio.

Espacio

El Festival, se llevará a cabo en la Escuela rural de Ibama donde se adecuarán los espacios para brindar los talleres, ubicar los stands y realizar la proyección final. Este lugar, se alquilará durante 3 días, con la finalidad de brindarle a la comunidad un pago monetario que nos permitirá utilizar el espacio de forma exclusiva y aportar para el pago de servicios y

limpieza. En el primer día, se realizarán las adecuaciones logísticas en la escuela, se distribuirán y dotarán las salas para los talleres, se realizará la entrega de stands, montaje de banners y pendones. Así mismo, se destinará una zona para alimentación e hidratación; como también una zona de bioseguridad donde cada uno de los asistentes podrán lavar sus manos y recoger sus kits personalizados para uso obligatorio durante el evento; y en el segundo y tercer día, se llevará a cabo el evento según el cronograma de actividades establecido.

Equipos, Mobiliario y Material de apoyo

El mobiliario y los equipos que se utilizarán para la realización del evento se alquilarán en Ibama, para apoyar a la comunidad, visibilizar a los proveedores y ahorrar costos en el desplazamiento. Así mismo, cada una de las salas será debidamente equipada según las necesidades; para los talleres, se prepararán tres salas, cada una con: proyector, dos computadores, extensiones, multitomas, cables HDMI y mobiliario para treinta participantes; para los stands, se adecuarán los espacios según la temática, con mobiliario y conexiones eléctricas suficientes.

En cuanto al material de apoyo para los talleristas, se llevará previamente preparado y cargado en discos duros externos para cada una de las sesiones de formación, dichos dispositivos, estarán a disposición previa al evento de los talleristas, para que los utilicen de apoyo en sus actividades. Así mismo, los kits de apoyo que se entregarán a los asistentes se tendrán preparados con el material necesario para el desarrollo de cada una de las sesiones.

Logistica e imprevistos

Para la logística, se alquilará con un día de anticipación el espacio del evento, de modo que, los proveedores puedan realizar sus entregas y montajes a tiempo. En apoyo a esta laborar, estarán presentes los gestores culturales, quienes, a su ves, realizarán coordinando el montaje, las adecuaciones para la proyección y entrega de stands a los patrocinadores.

Adicional, los voluntarios se encargarán de hacer acompañamiento durante los talleres, organización, orientar y ubicación a las personas durante el festival.

En caso de imprevistos, se tiene contemplado un fondo que se utilizara para daños a los equipos, instalaciones, transporte o cualquier situación que no se encuentre contemplada entre los costos directos o indirectos del proyecto.

Tabla 3

Costos totales del proyecto

COSTOS TOTALES DEL PROYECTO	
Descripción	**Costo**
Costos Directos	$23.461.200
Costos Logísticos	$1.448.000
Paquetes de patrocinadores	$1.675.800
Compras	$2.010.000
TOTAL COSTOS	$28.595.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

Costos directos del proyecto

Presupuesto para 90 participantes						
COSTOS DIRECTOS						
Talento Humano	**Descripción**	**No de personas**	**Horas de servicio**	**Total Horas**	**Valor hora**	**Valor Total**
	Gestores culturales	3	300	900	$9.800	$8.820.000
	Voluntarios Locales (Honorarios por manejo de grupos máx. 15 personas)	18	16	288	$5.000	$1.440.000

	Talleristas (Honorarios por prestación de servicios por grupos máx. 30 personas)	9	2	18	$100.000	$1.800.000
					Subtotal	**$12.060.000**
Alimentación y Transporte	**Descripción**	**Cantidad**	**No de personas**	**Total**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
	Refrigerios (2 x día)	4	108	432	$2.500	$1.080.000
	Alimentación (tres comidas x 2 días)	6	9	54	$10.000	$540.000
	Aguapanelazo	1	200	200	$400	$80.000
	Transporte talleristas	2	12	24	$30.000	$720.000
					Subtotal	**$2.420.000**
Equipos en alquiler	**Descripción**	**Cantidad c/u**	**Día**	**Total**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
	Proyector y telón	3	2	6	$250.000	$1.500.000
	Sonido	3	2	6	$350.000	$2.100.000
	Computador (2x sala)	6	2	12	$200.000	$2.400.000
	Planta Eléctrica	2	2	4	$100.000	$400.000
					Subtotal	**$6.000.000**
Mobiliario en Alquiler	**Descripción**	**Cantidad**	**Día**	**Total**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
	Sillas	108	2	216	$1.200	$259.200
	Mesas (1 mesa x 3 personas)	30	2	60	$1.200	$72.000
					Subtotal	**$331.200**
Estrategia de comunicación	**Descripción**	**Cantidad c/u**	**Días**	**Total**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
	Crowdfunding, Marketing. Redes sociales	1	45	45	$50.000	$2.250.000
					Subtotal	**$2.250.000**
					Total	**$23.061.200**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5

Compras

COMPRAS						
Materiales para talleres	**Descripción**	**Cantidad c/u**	**No de personas**	**TOTAL**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
	Disco duro externo 2tb (1 x sala)	3	N/A		$300.000	$900.000
	Kit de apoyo para talleristas (Hojas, esferos, colores, guías de taller)	3	90	270	$3.000	$810.000
	Cable HDMI (2x sala)	6	N/A		$10.000	$60.000
	Estabilizadores de corriente	3	N/A		$50.000	$150.000
	Extensiones (2x sala)	6	N/A		$15.000	$90.000
					Subtotal	$2.010.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6

Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS						
Logística	**Descripción**	**Cantidad c/u**	**No de días**	**Total**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
	Arriendo (Uso del espacio y servicios x 2 días de festival y 1 día de logística)	1	3	3	$100.000	$300.000
Imprevistos y otros	**Descripción**	**Cantidad c/u**	**No de personas**	**Total**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
	Imprevistos	1	N/A	1	$500.000	$500.000

	Kit bioseguridad (2 tapabocas y Gel antibacterial personal)	2	108	216	$3.000	$648.000
					Subtotal	**$1.448.000**

Fuente: Elaboración propia

Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación se va a desarrollar en tres fases para lograr un mayor impacto en todos los involucrados. La primera fase, comienza un mes antes, la segunda, tiene un día antes y en la mañana del evento y la tercera fase, tiene lugar 15 días posteriores a la realización del festival.

Fase 1: Desarrollo de contenidos digitales y alianzas estratégicas

Se iniciará con el desarrollo de la estrategia de marketing para la creación de redes sociales y generar la visibilidad e impacto virtual, pues el fortalecimiento de nuestra imagen comercial desde el internet se convierte en confianza y respaldo de marca para futuros aliados y benefactores. Luego de esto, se establecerá contacto con interesados y potenciales financiadores para mostrarles el impacto que tendrá nuestro proyecto. Finalmente, luego de la consecución de alianzas estratégicas se podrá fortalecer la campaña de marketing, para nuevos y potenciales socios, ya que habremos integrado a diferentes organizaciones y esto genera confianza y credibilidad en el proyecto.

Paquetes para patrocinadores y benefactores

En esta primera fase iniciaremos con la elaboración de piezas publicitarias, las cuales también llevaremos a las redes sociales, con el propósito de extender la invitación a toda la comunidad, y a su vez, generar visibilidad de la marca de nuestros patrocinadores tanto públicos como privados. Pues, todos ellos, no solamente contarán con los espacios

establecidos dentro de su aporte, sino que adicional, y sin pagar más, obtendrán la mención de su marca o servicio en los demás espacios comerciales del evento, llámese físico o virtual. Así generaremos más interés en nuestros socios filántropos y nuestros benefactores comerciales.

Fase 2: Convocatoria en Ibama para el evento

El interés del proyecto no es solo establecer alianzas comerciales por fuera de la región, pues, el impacto para la economía de Ibama y Yacopí sería mínimo. Por esto, nuestro planteamiento conlleva la integración de los comerciantes de la población.

Iniciaremos con nuestro trabajo previo de campo, gracias a nuestra relación con la población. Pues no estamos hablando aquí de una región apartada, indiferente a nuestro contexto, sino que una de nuestras integrantes tiene relación directa con la comunidad. Por esto, nuestro primer contacto será establecer una vía directa de comunicación con los habitantes de Ibama. Este será nuestro punto de conexión directo con la Alcaldía de Yacopí, asegurando que nuestro proyecto, no solo se trata de una idea académica, sino que también, es un trabajo de campo que se puede convertir en realidad.

Somos conscientes que las nuevas tecnologías en poblaciones apartadas no son masivas, por esto, llevaremos a cabo la estrategia de comunicación a través de los medios tradicionales. Iniciaremos con perifoneo, acompañado de volantes y del voz a voz, además de la difusión por la emisora regional Yacopí estéreo (canal FM 107.8.). Con esto, esperamos llegar a personas del casco urbano y rural.

Fase 3: Divulgación de productos realizados en el evento

La fase de divulgación, a pesar de haber terminado el evento, es uno de los factores principales de nuestro proyecto. Porque se muestran los productos realizados y porque da

visibilidad a la comunidad y a nuestros socios. Por esto, realizaremos una campaña de comunicación en medio digitales.

Frente a lo anterior, nos involucraremos de lleno en el internet. Nuestros principales proyectos estarán con plataformas de *streaming* y redes sociales, así como la consecución de eventos físicos y virtuales, como bien nos enseñó la pandemia. El COVID nos dejó dos enseñanzas importantes: perder el miedo a la virtualidad y cómo mezclar lo virtual con lo presencial, por esto, seguiremos la estrategia de comunicación brindando espacios físicos para la exhibición de los productos, con beneficios para los benefactores y socios, brindando espacios de difusión para los productos generados en el festival y, asimismo, espacios de promoción comerciales. Por esto, nuestra estrategia financiera se apoya en líneas públicas y privadas, pues la campaña de *Crowdfunding* se establece en el Decreto 1357 de 2018 (Presidencia de la República de Colombia, 2008).

Por otro lado, se piensa establecer sinergias con festivales hermanos en cine comunitario, pues, como veíamos inicialmente, existen diferentes casos de éxito previos a nuestro festival y que, a su vez, pueden llegar a convertirse en importantes espacios de visibilidad, promoción y acceso a los contenidos creados en "Al imaginarnos nos vemos". La idea de esto será lograr proyectar los productos que se realicen en otros eventos, desde plataformas web y desde espacios culturales físicos, obteniendo a cambio los mismos beneficios desde nuestros espacios.

Finalmente, y aunque le apostamos al acceso libre por medio de las licencias *Creative Commons*, creemos que a futuro se podrían establecer producciones que generen beneficios económicos, valiéndonos para esto de plataformas como Mowies (2021), en donde se pueden subir contenidos y monetizarlos gracias al pago por parte de los espectadores, beneficiando así de manera directa a los creadores.

Tabla 7

Cronograma del festival

Cronograma del festival			
Día 1	7:00am	7:30am	Bienvenida y muestra audiovisual
	7:30am	9:30am	Taller 1: Bases para la creación de contenido audiovisual
	9:30am	10:00am	Refrigerio y proyección de cortometraje
	10:00am	11:00pm	Laboratorio creativo: Construcción de historias
	11:00pm	1:00pm	Taller 2: Uso de teléfonos inteligentes en la realización de cine
	1:00pm	2:00pm	Almuerzo
	3:00pm	3:30pm	Refrigerio y proyección de muestra audiovisual
	3:30pm	4:30pm	Taller 3: Gestión cultura y Recorrido de reconocimiento del festival
	3:30pm	5:00pm	Lluvia de ideas para la historia a rodar.
Día 2	7:00am	8:00am	Organización de la historia en lo audiovisual.
	8:00am	11:00am	Rodaje
	11:00am	11:30am	Refrigerio
	11:30pm	1:00pm	Rodaje
	1:00pm	2:00pm	Almuerzo
	2:00pm	3:30pm	Edición del video
	3:30pm	4:00pm	Refrigerio
	4:00pm	4:30pm	Proyección de obras
	5:00pm	…	Canelazo y cierre

Fuente: Elaboración propia

Tabla 88

Indicadores

Objetivo	Indicador	Formula del indicador	Obtención de los datos	Relevancia
Realizar un festival de cine comunitario, en donde la población de Ibama sea espectadora, aprendiz y creadora.	% de personas que asisten a las actividades	90 personas asisten a las actividades /Meta de participantes esperada) X 100.	Listado de asistencia	Cobertura
Fortalecer competencias en el uso de nuevas tecnologías.	% de productos finales entregados	(N° de productos finales/ N° de productos esperados) X 100	Muestra final comunitaria	Impacto
	% de apropiación de competencias	90 personas capacitadas en creación de contenidos digitales/ N° de personas esperadas) X 100	Producto Final	Medición
Realizar tres talleres de formación en las siguientes áreas: Gestión cultural, bases creativas para contar una historia y uso de teléfonos inteligentes en la realización de cine	% de satisfacción con los talleres	Calificación de los 90 participantes a los talleres /Nivel de calificación de satisfacción esperado de los talleres	Encuesta al finalizar los talleres	Medición

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Por todo lo dicho, esperamos que nuestro proyecto sea u éxito a nivel cultural, social y económico, pues no solo se trata de promover la cultura como elemento central del trabajo en equipo, sino que también se rescatan pensamientos, ideas, opiniones, expresiones de muchas personas que no se sentían incluidas. Pues, se trata, de promover el arte y la cultura no solo como un elemento romántico que cumple una labor social por obligación, sino como el arte, el cine para ser más exactos, como una herramienta que genera promoción social, creatividad, impulso económico, opinión, creatividad, en fin, muchas coas que construyen lo que llamamos sociedad.

Pero, más allá de lo anterior, el cine como una herramienta que promueve el desarrollo económico, el progreso tecnológico, pues, nuestro proyecto lleva también ingresos y ofertas a los comerciantes, ya que, la cultura y la economía van de la mano. Por esto, nuestro proyecto está planeado para ser replicable en cualquier región de Colombia, sin importar los recursos económicos, políticos, ambientales, humanos, ya que se trata de trabajar en equipo con los recursos que se cuenten... Por esto, ¡AL IMAGINARNOS NOS VEMOS!

Referencias

Beltrán Valderrama, J. (2019). El cine como constructor de memoria en El Carmen de Bolívar. *Periódico El Campesino – La voz del campo colombiano*. https://www.elcampesino.co/el-cine-como-constructor-de-memoria-en-el-carmen-de-bolivar/

Ceballos Arévalo, M. A., Moreno Galdó, A., Castro Agudelo, S. J., Manrique Zuluaga, V., & González Quintero, R. (2015). *Plan decenal de cultura 2016 – 2026 del departamento de Cundinamarca*. IDECUT - Universidad Sergio Arboleda. https://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/942/Plan%20Decenal%20de%20Cultura%202016-2026.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Concejo Municipal. (2020). *Acuerdo No. 003—2020. Por medio del cual se aprueba y se adopta el plan de desarrollo del municipio de Yacopí, Cundinamarca, para la vigencia 2020-2023*. https://Yacopícundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/Yacopícundinamarca/content/files/000182/9077_acuerdo-0032020-plan-de-desarollo-2020--2023-1.pdf

DANE. (2018). *Censo Nacional de Población y Vivienda*. Archivo Excel. https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/CNPV-2018-VIHOPE-v2.xls

DANE. (2020). *Pobreza multidimensional*. DANE. https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-multidimensional

Delgado, P. (2020). ¿Qué significa ser ciudadanos digitales? *Observatorio de Innovación Educativa*. https://observatorio.tec.mx/edu-news/ciudadania-digital-pandemia

Goyeneche-Gómez, E. (2012). Las relaciones entre cine, cultura e historia: Una perspectiva

de investigación audiovisual. *Palabra Clave*, *15*(3), 387-414. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64924872003

La Tribuna. (2020). Habitantes de zona rural en Yacopí, tendrán internet gratuito. *Periódico La Tribuna*. https://periodicolatribuna.com/periodicolatribuna/2020/05/06/instalan-sesiones-extraordinarias-en-el-concejo-municipal-de-facatativa/

Londoño Ciro, L., & Marín Tabares, J. (2002). Metodología de la investigación holística. Una propuesta integradora desde las sociedades fragmentadas. *Uni-pluriversidad, 2*(3), 22-23. https://revistas.udea.edu.co/index.php/unip/article/view/12229

Ministerio De Cultura. (2018). *Política de fortalecimiento de los oficios del sector de la cultura en Colombia*. https://mincultura.gov.co/areas/patrimonio/publicaciones/Documents/Pol%C3%ADtica%20de%20fortalecimiento%20de%20los%20oficios%20del%20sector%20de%20la%20cultura%20en%20Colombia_2018-.pdf

Mowies. (2021). *Películas, Series y Documentales en linea*. Mowies. https://www.mowies.com/?hl=es

Presidencia de la República de Colombia. (2008). *Decreto 1357. Por el cual se modifica el Decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con la actividad de financiación colaborativainanciación colaborativa*. http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201357%20DEL%2031%20DE%20JULIO%20DE%202018.pdf

Real Bustos, R. M. (2020). *Entrevista Alcaldía Yacopí* [Zoom].

Rusinque, Y. (2020, diciembre). *Entrevista* [Telefónica].

Wilches Mahecha, L. E., & Jiménez Silva, R. J. (2014). La inteligencia colectiva y la responsabilidad social y política del investigador. “Del yo al nosotros y del nosotros al

todo”. *Análisis*, *46*(84), 105-123.

https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5327499