

Fundación Casa Occio¹⁷⁹

Casa Occio es la única organización de todo el corpus estudiado que transmite imágenes en vivo, vía Internet, mediante la tecnología del *streaming*¹⁸⁰. Es pionera en la región y en el país al utilizar la plataforma de Internet más allá de publicar videos: generar información videográfica en vivo y en directo, aprovechando las posibilidades de transmisión de datos por medio de la web, esto sería, “la nueva televisión” como dicen en Casa Occio. La Fundación se enfoca en el uso del video *dentro* de las nuevas tecnologías informáticas, lo cual conlleva a la convergencia digital, es decir, a la confluencia de soportes y lenguajes en la red. La organización está radicada en Cali, uno de los centros urbanos más grandes de la región suroccidental, donde el quehacer audiovisual tiene una tradición conocida a escala nacional y presenta gran diversidad en cuanto a producción y exhibición.

Una casa para el ocio

El origen de la Fundación Casa Occio data de 2003, cuando tres comunicadores sociales (Milton Trujillo, Vladimir Pérez y Rubén Moreno) y una ingeniera industrial (Marcela Durán), formaron el Colectivo de Creación Audiovisual Occio Productores¹⁸¹. Todos los miembros realizaban sus estudios en la Universidad Santiago de Cali e iniciaban su vida laboral. Milton Trujillo fue quien propuso el nombre del

¹⁷⁹ La investigación que da soporte a estas notas y su redacción estuvieron a cargo de Gerylee Polanco Uribe. Este ejercicio se llevó a cabo durante el primer semestre de 2010, por lo que se comprenderá que no dé cuenta de las transformaciones ocurridas en la organización desde entonces.

¹⁸⁰ La mayoría de los videos en Internet se deben “cargar” y/o “descargar” para poder verlos, pero con el *streaming* estos procedimientos desaparecen. Es posible ver un video mientras está siendo grabado como en una emisión televisiva en vivo y en directo. Con el *streaming* la transmisión del flujo de datos es continua.

¹⁸¹ Actualmente, también hace parte la organización Carolina Trujillo.

Colectivo bajo la premisa de que el ocio es el momento en el que el cuerpo y la mente se dejan agrandar para “irradiar la sociedad con el arte emanado del espíritu que ha hecho de los humanos esos seres que narran mientras se narran”¹⁸².

Como colectivo estuvo activo durante dos años y en 2005 uno de sus miembros ganó una beca de investigación del Ministerio de Cultura dentro del Programa Nacional de Estímulos a la Creación y la Investigación. Esta beca puso en marcha la realización de un taller de aproximación a la comunicación audiovisual titulado El Mito de la Caverna¹⁸³. De alguna manera, esa experiencia llevó al grupo a pensar en la idea de que son las comunidades quienes deben hacer sus propios videos —y no terceros— para generar, así, sus propias formas de comunicarse.

Ese mismo año, la razón social del Colectivo pasó a ser Fundación Occio para el Televidente Activo¹⁸⁴, pues luego de que algunos integrantes obtuvieran experiencia en televisión comunitaria, que indicaremos más adelante, adoptaron el concepto de que un televidente no es un receptor pasivo sino activo: no solo está al frente de un televisor consumiendo información.

Hasta 2006, dos miembros de la organización tenían trabajos independientes que representaban mayor estabilidad económica para cubrir sus necesidades básicas (por ejemplo, Marcela fue empleada en Comfenalco y Milton fue reportero del canal Telesur). Sin embargo, en agosto de ese mismo año, ambos renunciaron a estos empleos y

¹⁸² Extracto del documento interno de la organización El Proyecto de Casa Occio escrito por Vladimir Pérez (Archivo digital en Word, s.f.).

¹⁸³ En el documento interno de la organización Propuesta pedagógica: El mito de la caverna lo describen así: “Taller de introducción al audiovisual que da inicio a una reflexión sobre los medios masivos de comunicación y la incidencia de estos en los asuntos locales, permitiendo a los participantes intervenir dentro de la ciudad por medio de un documento audiovisual realizado a partir de su visión e interpretación” (Archivo digital en Word, s.f.) Este taller se ha desarrollado en tres oportunidades: con niños de Sogamoso (Boyacá), con jóvenes de la Comuna 20 y con niños de cinco colegios de diferentes estratos sociales de Cali (Valle del Cauca).

¹⁸⁴ La nueva figura jurídica de fundación surge debido a que la anterior estaba a bajo la de persona natural.

decidieron alquilar un espacio para el montaje de la oficina de la Fundación Casa Occio¹⁸⁵. A propósito, Milton dice:

Encontramos una ciudad donde hay mucho talento pero no hay unión. Todo viene siendo como un gran partido de estrellas. Cada uno hace lo suyo y no se soporta con nadie. Cosa contraria a la historia de la ciudad, porque la historia de la ciudad es la que es porque los realizadores de ese tiempo tenían la misma lógica y hacían el cine a su modo. Entonces ellos hacen esa gran historia porque se juntan y hacen una vanguardia de Colombia reflejada como Caliwood. Cali es un lugar donde no hay muchas empresas y no podemos estar atacando a las mismas, y por eso nuestro foco de producción tenía que ser distinto al *merchandising* que están manejando las otras productoras. Nosotros creemos que nuestro público objetivo no son solo los espectadores, sino los realizadores, futuros realizadores y televidentes normales. El problema de la ciudad es que son unos cuantos los que hacen audiovisuales, los que facturan todo este cuento, pero sumémosle los realizadores nuestros, sumémosle más gente a que se piense esto de otra forma. Entonces, nos pusimos a pensar que necesitábamos una casa, como el hogar de los realizadores: un hogar donde pudiéramos compartir con amigos. Sería un lugar para hacer buenas cosas juntándolos a todos.

El sentido de casa, de hogar, es lo que motiva la creación de esta organización. Marcela dice que Casa Occio es un espacio dedicado a los realizadores audiovisuales de la ciudad, donde se puede encontrar algo más que las herramientas para producir; es un lugar para conversar, planear, ver cine y hacer amigos. Uno de los referentes para la creación de Casa Occio fue la experiencia de Ciudad Solar que tuvo lugar en la ciudad de Cali en la década de los años setenta; se trató de una casa convertida en un centro cultural donde se abrió una sala de exposiciones para los artistas locales que estaban en ascenso como Oscar Muñoz o Fernell Franco; también ahí operó el cineclub de Andrés Caicedo y se gestó el movimiento cinematográfico Caliwood. La sede

¹⁸⁵ A finales del año 2006, la razón social se simplificó a Fundación Casa Occio.

de la Fundación se fue configurando como un sitio donde se crean lazos de pertenencia a un núcleo social, en este caso, a una familia audiovisual. Tener una casa propició la lógica de lo familiar, una familia cuyo principio de filiación es el ocio, como manifiesta Marcela:

El ocio es una política de la Casa, trabajar siempre tranquilos, que no agrede la calidad de vida de nadie. Si nos toca decir no, decimos no, por ejemplo. No nos gusta ese esquema de trabajar veinticuatro horas al día y al final estar enredados en mil cosas. Vamos despacio pero seguros y el ocio es eso: estar trabajando tranquilos, en armonía con todos, con tiempo para pensar —que es por lo que a uno no le pagan nunca en la vida—. Y es una casa porque es el hogar de toda esa gente que gravita alrededor de lo audiovisual y todas las artes. Y es una casa de ocio para reforzar el estado más anímico de una persona que es el ocio, no desde la definición convencional que la gente cree que es —no hacer nada—, sino desde la filosofía griega, que es el pensar, lo lúdico; entonces, somos productores de ocio.

Del periódico al blog y de la televisión al *streaming*

Milton, desde que inició su carrera de comunicador social en 1997 participó en el periódico *El Grafito*, editado por estudiantes de la Universidad Santiago de Cali, “a medio camino en la clandestinidad”, dice él, con el objetivo de hacer crítica a las directivas de dicha institución. Luego, el periódico y algunos de sus integrantes evolucionaron entre el año 2000 y 2001 hacia lo que se conoció como el movimiento político Tienen Huevo, fundado para cuestionar el comportamiento de la clase política nacional con una directriz de humor¹⁸⁶; dicho movimiento

¹⁸⁶ Su manifiesto político relata lo siguiente: “El Movimiento Político Juvenil Mamagallista Tienen Huevo, nace de la gallina más enclenque y más vieja de América Latina: la desvergonzada y supuesta democracia colombiana [...]. Suficiente madre para este pobre huevo. Tienen Huevo es la voz contra el poder. Por eso, el cacareo es claro y contra varios: fundamentalmente Tienen Huevo los políticos; también lo tienen los uniformados, los que nos están matando: Tienen Huevo los guerrilleros, Tienen Huevo los militares, Tienen Huevo los

se desarrolló con acciones colectivas¹⁸⁷ y diversos usos de la expresión oral “tienen huevo”. En el año 2007, Tienen Huevo creó el sitio web www.tienenhuevo.blogspot.com con el que ganó el concurso de blogs que organizó la revista *Semana*; el premio consistió en patrocinar la asistencia del ganador al primer Campus Party que se hizo en el país. El Campus Party es un evento de divulgación sobre innovación en tecnología y cultura digital que se venía desarrollando en España desde 1997 pero que solo hasta el año 2008 tuvo réplica en América Latina, iniciando en Brasil y Colombia. La persona de Tiene Huevo seleccionada para asistir fue Milton y ahí “descubre lo que sería el futuro” de la Fundación Casa Occio, comenta Marcela. Este evento le ofreció una programación de talleres, charlas, demostraciones de las innovaciones tecnológicas (en software y hardware), videojuegos *on line*, así como la experiencia de la conectividad simultánea de casi cien computadores navegando en Internet (que para el año 2008 representaba una proeza en el país). Es allí donde Milton conoce la tecnología del *streaming*. Marcela cuenta que:

Milton llegó con la idea de que el futuro de la televisión era Internet y el *streaming*. Llegó aquí con la información, porque ni siquiera fue un taller práctico y se puso a cacharrear y a cacharrear hasta que aprendió a transmitir. Y eso ha hecho que la Casa Occio se posicione afuera, lo que hace que la Casa quede en la mente de la gente es el *streaming*: las transmisiones de eventos, el vivo por Internet. La Casa Occio tiene que ser la pionera en lograr ser la pantalla de todos los colectivos de la ciudad por medio del *streaming*. Empezamos hace dos años, vamos trabajando en eso y dándole forma, averiguando cómo ser un canal de televisión por Internet.

El interés por la televisión surgió desde el inicio de la organización y se afianzó cuando Rubén y Milton conocieron de cerca la expe-

paramilitares”. Disponible en: www.tienenhuevo.blogspot.com/2001_02_01_archive.html.

¹⁸⁷ Una de las acciones colectivas de Tienen Huevo fue cuando lanzaron huevos a dirigentes políticos en una sesión ordinaria del Congreso colombiano. En esta participaron Marcela, Vladimir, Carolina y Milton.

riencia de la televisión comunitaria local. Rubén entró a formar parte de la dinámica del canal de una comuna al nororiente de Cali llamado Ascuanpac 12¹⁸⁸. Cuenta él que empezó “cargando cables” hasta que llegó a la coordinación del canal; incluso planteó inicialmente su trabajo de grado ahí -con Milton- sobre el diseño de una parrilla de programación en la se identificara el *prime time* de este tipo de canales; sin embargo, esta tesis no logró desarrollarse. Pero en ese proceso, Rubén y Milton conocieron de primera mano cómo estos canales de televisión habían sido reducidos a plataformas de promoción para candidatos políticos en temporada electoral; se dieron cuenta de cómo era “trabajar con las uñas” y, llegaron a la conclusión de que “el estilo” de la televisión comunitaria provenía de los precarios recursos técnicos, así como de la poca formación en este campo de quienes trabajaban en esta (muchos de los integrantes de los canales solían ser abogados, contadores, entre otros).

De Caliwood a Caliweb

El eslogan de Casa Occio dice: “De Caliwood a Caliweb”, lo cual significa que en el futuro, para la Fundación, se deberá asociar a la ciudad no solo con la experiencia cinematográfica Caliwood, sino con lo que ellos llaman Caliweb, una especie de movimiento comunicativo alrededor de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC). Para los miembros de la organización, Caliwood forjó una vanguardia alrededor del cine en el país y ahora, con el trabajo que ellos están desarrollando, aspiran a crear una alrededor de Internet.

La organización tiene como meta consolidar Occio TV, un canal de televisión vía Internet:

[Queremos] ser un canal en Internet. El medio que acompañe y divulgue la actividad que genera una ciudad, que se convierta en la plataforma de los próximos realizadores del audiovisual en Co-

¹⁸⁸ La sigla corresponde a la Asociación de Antenas Parabólicas y Servicios Públicos Domiciliarios, canal de la Comuna 12 de Cali. Ascuanpac 12 parece registrado como operador de televisión comunitaria pero hoy no funciona como canal.

lombia y el de involucrar a la ciudad con la emisión de productos independientes creados por colectivos y productores, visibilizando el movimiento cultural que crece en nuestros barrios y en cada una de las calles de Cali y el Valle del Cauca¹⁸⁹.

Para Milton, el futuro del audiovisual local son los demás, entendiendo por “los demás” aquellas esferas que están por *fuera* de la academia y los monopolios de los medios de comunicación; está convencido de que quienes están dentro de esas mismas esferas se creen los únicos que pueden hacer, pensar y distribuir el audiovisual en la ciudad. Milton propone entonces una analogía: “Así como en Cali la rumba no está en las discotecas sino en las calles, el audiovisual tampoco está en las academias”. Entre los miembros de Casa Occio existe un consenso sobre el hecho de que hay mucha gente “afuera” con cámaras y con historias que no necesariamente pasaron por una academia. La percepción que tienen es que hay que reconocer las “otras” maneras de hacer, de contar y de difundir lo que se hace. Otras formas que pueden desarrollarse por medio de las herramientas de la Web 2.0, para descentrar la creación y circulación de productos audiovisuales. En palabras de Rubén Moreno:

Hoy estamos en sintonía con la aventura de ser una señal libre de contenidos sociales y de todos los *parches*. Es cuando pensamos en la web. Estamos pensando en las necesidades de los contextos, en las urgencias. Es la comunicación que se está moviendo en la red. Hay una información que circula. Hay contenidos libres. Es un perfil de la comunicación para el cambio social.

Por eso, los objetivos del canal Occio TV son:

- Occio TV debe consolidarse como el principal medio de divulgación del cine y las artes audiovisuales de Cali.

¹⁸⁹ Testimonio extraído de una reseña realizada a la organización en el portal del Ministerio de Cultura. Disponible en: www.mincultura.gov.co/?idcategoria=34365.

- Occio TV espera continuar en el redescubrimiento del lenguaje audiovisual para video blog y nuevas tecnologías.
- Occio TV continuará promoviendo el uso y el acceso a herramientas web libres en pro del derecho a la expresión y la comunicación popular¹⁹⁰.

La primera generación de Internet, llamada 1.0, es aquella que reproduce el modelo de comunicación en la cual hay un solo emisor que produce, distribuye y controla el flujo de información y el público es asumido como un “depositario” de esta (modelo bancario, siguiendo las ideas de Paulo Freire). En la segunda generación de Internet, llamada Web 2.0¹⁹¹, ya no hay un único emisor: cada usuario de la web, produce y difunde sus propios contenidos mediante el intercambio de datos que facilita las aplicaciones de creación de blogs¹⁹², *podcasts*¹⁹³, *videoblogs*¹⁹⁴, *wikis*¹⁹⁵ y, las redes sociales como Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, entre otras. Es en la Web 2.0 donde Casa Occio ha decidido centrar su trabajo en la medida en que uno de sus objetivos es fomentar el acceso al uso de las TIC, “posibilitando la diversificación de información, la recreación, el conocimiento, la investigación, la educación y el intercambio de culturas a través de los medios de comunicación e información”¹⁹⁶.

¹⁹⁰ Extracto del proyecto Publicación digital Occio TV presentado a la Convocatoria del Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de Cultura (Archivo digital en Word, 2009).

¹⁹¹ Término que se usa desde el año 2004.

¹⁹² El blog es una bitácora digital donde una o varias personas de una misma organización publican textos, fotos y videos.

¹⁹³ Un *podcast* es una herramienta para distribución de archivos de audio (principalmente en formato MP3).

¹⁹⁴ El *videoblog* o *vlog* es una contracción de las palabras video y blog. Se trata de un blog donde solo se publican videos, bien sean colecciones de archivos de videos pregrabados o transmitidos por la tecnología del *streaming*.

¹⁹⁵ Son aquellos textos publicados en la web que pueden ser editados por la comunidad de usuarios. Es el caso de Wikipedia, Wikilearning, Wikcionario, Wikinoticias. Se trata de un trabajo colaborativo entre los usuarios.

¹⁹⁶ Documento interno de la organización Estatutos Fundación Casa Occio (Archivo digital en Word, 2009).

Las aplicaciones Web 2.0 son plataformas que no exigen el pago de licencias, es decir, son softwares libres. De ahí que la organización se inscriba dentro de la lucha por *democratizar* el acceso a las TIC, no solo desarrollando su propio canal de televisión en Internet y alimentando sus *vlogs* sino capacitando en Web 2.0.

Como se ha dicho anteriormente, Casa Occio se plantea el objetivo de consolidar un canal de televisión que no usa el espacio electromagnético como se hace convencionalmente sino que transmite señal de video vía Internet. Para usar el *streaming* no hay el pago de licencias de funcionamiento y no es necesario dotarse de equipos sofisticados de transmisión, salvo un computador con cámara web y una conexión óptima de banda ancha. Cuando los miembros de la organización conocieron la tecnología del *streaming* tuvieron que aprender por sí mismos, y en ese aprender-haciendo se dieron cuenta de su potencial para crear *nuevos* medios de comunicación, pues no dependen, en gran medida, del factor económico para su formación y sostenimiento; además, como dice Marcela, “con estos se están originando cambios en hábitos y rutinas de los ciudadanos. La gente ya no está usando casi los televisores, la gente ve televisión por su celular, la gente ve televisión por su computador”.

La mayoría de la población en Colombia ha tenido contacto con un computador, sabe cómo funciona, tiene una cuenta de correo electrónico, está suscrita a redes sociales; pero no en todas las ocasiones es propietaria del equipo o, en caso de que lo tuviese, probablemente no puede pagar un servicio de conexión permanente a Internet en su hogar. Para los miembros de Casa Occio, no es solo cuestión de acceder materialmente a un computador, sino de que hay desigualdades para acceder a los *saberes* en el manejo de la diversidad de softwares que existen. Se trata también de un problema de conectividad a la hora de hacer/recibir emisiones de video por medio de la web porque es esta la que regula la capacidad de envío y recepción de datos y cuanto más elevada sea, habrá mayor flujo de información; sin embargo, en Cali, al parecer, hay un estándar de velocidad de datos que resulta limitado para algunas actividades que la Fundación Casa Occio quisiera desarrollar con su canal de televisión. En una visita a una de las empresas

prestadoras del servicio de Internet en la ciudad les indicaron que no podían subir la velocidad de transferencia de información (a una banda ancha mayor de 4 Mb¹⁹⁷) pues, como intuye Marcela, “el cableado de la ciudad no estaría para recibir más y hasta tocaría cambiar el sistema de cables”.

Las webs de la Casa

En la red social Facebook, la organización tiene un perfil, un grupo y una página oficial¹⁹⁸ llamada OccioTV/Vlog & WebTV. También posee cuentas en Twitter¹⁹⁹; además de un canal en la plataforma de YouTube para subir y compartir videos²⁰⁰, un canal de transmisión vía *streaming* tanto en el portal Livestream como en Ustream²⁰¹. Además, cuenta con dos blogs. Esos son:

- www.casaoccio.blogspot.com: es el blog de la organización. Su eslogan es “historias de casa”. Inició sus publicaciones en agosto de 2008. Ahí se puede encontrar información textual, en imagen y video, sobre las actividades de la ciudad de Cali en el campo audiovisual. Hasta junio de 2010, el archivo del blog registró 47 publicaciones.
- www.occiotv.blogspot.com: es el *vlog* donde se aloja la programación del canal de televisión que transmite contenidos en vivo. También se creó desde agosto 2008. La diferencia con el anterior es que desde esta dirección electrónica se hacen las transmisiones vía *streaming*, en vivo y en directo (haciendo

¹⁹⁷ Esto es, una velocidad de descarga de 4.096 Kbps y una velocidad de carga de 1.024 Kbps. Este dato se obtuvo en abril de 2010 y es posible que estas velocidades hayan sido superadas para la fecha de publicación de este libro.

¹⁹⁸ Disponible en: www.facebook.com/casaoccio y www.facebook.com/occioTV.

¹⁹⁹ Disponible en Twitter: @occioTV y @casaOCCIO.

²⁰⁰ Disponible en: www.youtube.com/user/occiotv.

²⁰¹ Disponible en: www.livestream.com/canalocciotv y www.ustream.tv/user/occiotv.

enlace a la vez con las plataformas Ustream y Livestream). Este *vlog* tiene enlaces a sus propias cuentas en Twitter, Facebook y Google Friend, así como a sus videos publicados, enlazados, en sus canales de YouTube, Vimeo o Livestream. También encontramos varias secciones con links a otras páginas web. El total de videos publicados en este *vlog* fue de 135 (47 de estos colgados en 2008, 74 en 2009 y 14 hasta la fecha en que se escribió este estudio de caso). Cuenta con algunas secciones o subpáginas:

- *Convercineando*: se trata de conversatorios registrados en diversos eventos en la ciudad de Cali que los programas fueron transmitidos en vivo. Un ejemplo de esto fue el Conversatorio Caliwood en el Festival Internacional de Cine de Cali, 2009.
- *Entrevistas*: realizadas a personas del campo audiovisual local, nacional e internacional que son llevados al set²⁰² del canal o que tuvieron lugar en el evento donde se encontraba el invitado. También fueron emitidas en vivo.
- *Notas*: videos pregrabados que se hacen en el canal como un *vox pop* sobre el Festival Internacional de Cine de Cali.

En relación a su canales en YouTube, Livestream y Ustream, estos presentan características similares entre sí, entre las que se cuentan un cajón de video principal; tienen la opción de compartir los videos (*share*), bien sea mediante redes sociales, correo electrónico, URL o por la función de *embed*²⁰³, y un archivo con todos los videos publicados. Los canales en Livestream y Ustream tienen un chat para interactuar con los seguidores de las transmisiones; sin embargo, YouTube tiene un módulo llamado Actividad Reciente y otro más para dejar comentarios. Tanto el canal de Livestream como el de Ustream tienen publicidad externa en diferentes partes de la página.

²⁰² El set del canal está situado en el balcón de la sede de la organización, tiene una mesa, dos sillas blancas y un pendón. Las condiciones de luz son naturales, sin apoyos de luces artificiales.

²⁰³ Significa incrustar/enlazar el video que está en la plataforma actual (por ejemplo, YouTube) en otra plataforma (por ejemplo, Facebook).

Tejiendo redes de amigos

Hace algunos años el proyecto de la Casa Occio era un *sueño* para sus fundadores y hoy sienten que se ha consolidado por el aporte que han hecho al campo audiovisual de Cali con la promoción de las herramientas Web 2.0, con un ingrediente adicional: la creación de redes de amigos:

La vanguardia que se hizo en Cali con Caliwood solamente pasa en regiones como esta porque el caleño tiene una facilidad de expresarse única, facilidad para hacerse amigo del otro. Y eso fue bien aprovechado en el sentido que Caliwood juntó a un montón de genios y estos se encargaron de crear lazos fuertes de amistad. Las producciones audiovisuales se quebrantan bajo los problemas más insignificantes del mundo, por celos, envidias y egos. Entonces la única forma de crear esa vanguardia es con la amistad²⁰⁴.

Para los miembros de Casa Occio la creación de lazos de amistad en su trabajo es importante pues contar con un amigo para cada etapa posibilita alianzas estratégicas para proyectos, ya sea en lo institucional o en lo comunitario; de ahí que la organización se proyecte, como dice Marcela, “un centro magnético de oportunidades. Lo que se sueña es ser una fuente inagotable de trabajo para todo el mundo. Entonces si es comercial que sea comercial, si es de proceso que sea de proceso; la idea es crear esa red de amigos y de productoras audiovisuales para que rotemos trabajo”.

En la sede de Casa Occio, apunta Milton, hay espacio para todos esos amigos que van llegando y viendo la posibilidad de quedarse a trabajar, e incluso de vivir ahí. La llegada de los diferentes “parches” a la Casa abre una serie de puertas a nuevos conocimientos y posibilidades de trabajo en diferentes campos de la cultura. “La casa va creciendo como crece una familia”, afirma Marcela, y no solo por-

²⁰⁴ Testimonio de Milton Trujillo en video realizado por Mil Minutos Web Show. Disponible en: www.youtube.com/watch?v=pEfv4qCkGns&feature=player_embedded#at=48.

que se va poblando sino porque se va configurando una red de amigos que trabajan en el espectro de la vida cultural, artística y educativa de la ciudad de Cali:

Se han generado ciertas alianzas estratégicas con colectivos que están por fuera de la Casa, como con Tikal Producciones o Cine Pa'l Barrio, gente completamente empoderada en el tema de producción audiovisual en la ladera de Cali y en el Distrito de Aguablanca. Hacemos cosas juntos. Entonces esto nos hace cada vez más fuertes; cada uno es capaz de asumir nuevos riesgos porque cuenta con el respaldo no solo de la gente que hace parte de Casa Occio, sino de toda la gente que está alrededor y entonces se crea una dinámica interesante. El objetivo inicial era ser amigos y efectivamente eso es lo que hace todo más bonito, que somos amigos. Entre todos somos amigos. No queríamos caer en esa competencia que existe entre los realizadores y directores; de pronto porque el enfoque de esto es más “pop” —como lo llamamos— porque es producción audiovisual popular. “Pop” viene de popular. Tenemos otro enfoque, entonces eso hace la claridad de que juntos hacemos más cosas. Y todo lo que haga Tikal o Cine Pa'l Barrio es un evento nuestro y todos nos apoyamos (Marcela).

Casa Occio acoge a otras organizaciones para compartir no solo los gastos de la vivienda, sino para crear proyectos juntos. Así, en este lugar operan cuatro colectivos más:

- Consultorio de diseño El Cartel (diseño gráfico).
- Colectivo Mejoda (audiovisuales).
- La Ficha Comunica (investigación en comunicación).
- Waira Music (producción musical).

Precisamente esa red de amigos, de colectivos de diferentes campos, permite que la organización pueda ofrecer varios servicios desde una visión integral: la investigación, la producción, la música, la puesta en escena, la exhibición, etc. O como señala Marcela: “Orbitan, sin

querer queriendo, todas las artes afines al audiovisual. Entonces la idea es poder articularlos a todos. Hay gente muy pila; es gente amiga y pues los amigos son los únicos que en algún momento pueden, de verdad, superar cualquier obstáculo del camino, respirar y seguir adelante”.

Además, la sede de Casa Occio es el lugar de paso de mucha gente; no es solo un sitio de trabajo, un conjunto de oficinas, sino un espacio para el *encuentro*. Ubicada en el barrio Miraflores, zona semicentral de la ciudad, muchos “parches” van a hacer reuniones, a conversar en el balcón mirando la ladera de Siloé que queda se divisa desde la casa o a compartir un café. Milton indica que el promedio diario de personas que entra y sale de la Casa está entre ocho y diez: quien viene a conversar encuentra a alguien para hacerlo y si no se sienta a jugar *Play Station*. Lo que caracteriza este espacio es que se trata de un lugar construido por los amigos, con los amigos y para los amigos. Es así como, según Milton, se percibe un sentido de solidaridad en esa red:

Nosotros estamos tratando de que no sea lo mismo porque de lo mismo ya tenemos bastante. Lo que nosotros creemos es que sí se pueden hacer amigos, amigos, amigos, amigos. ¡Esa es la vuelta! Cuando tengamos algún apuro, el único que nos va a sacar del apuro es el amigo. Nosotros necesitamos amigos; esta casa solamente puede ser real con amigos y ha sido real con ellos. Empezamos pagando seiscientos mil pesos de arriendo. Un mes no teníamos. Decíamos: “¿me prestas trescientos mil? Y te los pago en quince días”, y en quince días teníamos un trabajo con el que podíamos pagar. Muchos momentos críticos de la Casa los pudimos pasar por los amigos.

El trabajo audiovisual desarrollado por Casa Occio se podría describir como colaborativo: se propone generar conexiones, acercar, facilitar, complementar, apoyar. La organización estimula un trabajo que evita las apuestas personales para que, como dice Milton, prevalezca menos el ego y más la estrategia: “Si por ejemplo nos salió un video y hay que hacer unas cosas del Distrito, el camarógrafo sería Beto de Cine Pa’l

Barrio. Porque el sueño de nosotros es generar trabajo; o sea, que todo no quede en la Casa”, agrega Marcela, quien también indica que casi nunca ha tenido que ir a vender los servicios de la organización; los trabajos han llegado a la Casa Occio por lo que ella llama “ley divina” pues cree que “un video trae otro”:

Lo que más gusta a la gente por afuera de la Casa Occio es la sensibilidad que tenemos para contar una historia. Bien sea que edite Vladimir, que edite Milton, sea quien sea el que edite, su responsabilidad social es tal que eso se vuelve como un documental. Cualquier proceso, contándolo con imágenes, es una cosa que documenta completamente todo el proceso. Por eso la gente tal vez diga: “Si usted quiere que le cuenten algo con sentido social, búsquelos a ellos”.

En el campo audiovisual local, la organización identifica una dificultad común en todos los colectivos: el manejo administrativo. La realización de presupuestos, los trámites de contratos, los manejos de cuentas bancarias, etc., son actividades que despiertan poco interés en la mayoría de personas del campo, en parte, debido a que resulta más atractivo el trabajo creativo que el operativo. Marcela cuenta que los “creativos” en audiovisuales le dicen: “Los números no tienen nada que hacer conmigo”. El rechazo o poca atención a estos aspectos suelen generar muchos obstáculos en los procesos de producción: “Ese es el hoyo soplador. Todos tienen un despelote financiero; entonces la plata entra para acá, pero está tapando huecos de por allá. En ningún lado llevan esa bitácora de que entró tanta plata y que con esta plata se tapó un hueco; luego entró la plata de ese hueco y la usó pa’ otra cosa y al final siempre tienen deudas”, afirma Marcela.

Dentro de la Casa

Desde que alquilaron la actual sede de la Fundación, empezaron a pagar los gastos con “lo que sabe hacer la Casa”, dice Marcela, aunque el flujo de trabajo está aún determinado por los proyectos internos o ex-

ternos que proveen recursos. En esta organización no hay un salario fijo para nadie y la modalidad de trabajo por proyecto no es continua. En principio, relata Marcela, los gastos se han pagado “del bolsillo” de todos o algunos de los miembros de la organización, incluso haciendo “vacas” para pagar el agua, la energía, los trámites administrativos, entre otros. “El grupo sigue trabajando en los proyectos propios de la Casa Occio pero la mayoría ha tenido otros empleos para sostenerse con el argumento de sobrevivir”, afirma Rubén. No obstante, desde hace tres años Milton y Marcela se dedican en forma exclusiva a las actividades de la Fundación: “Estamos de lleno y de lleno es contra todo, contra viento y marea, hasta de nuestra propia plata mantener esta casa, porque esta casa vale su plata mensual. Porque los otros socios tienen hijos y eso hace que tengan otras necesidades y, aquí, al no haber una estabilidad de proyectos constantes tienen que buscar cosas por otro lado”. Rubén indica que precisamente los trabajos paralelos no le han permitido concentrarse y dedicarse tiempo completo a las actividades de Casa Occio, situación que él lamenta pues siente que hacer parte de la organización “es definitivo, definitivo”; él cuenta que sus otras opciones laborales no le satisfacen ya que siendo empleado no logra desarrollarse plenamente ni en el aspecto profesional ni personal. Antes que un trabajo, hacer parte de Casa Occio es tener proyecto de vida allí. Y como Milton dice: “Aquí nosotros no estamos trabajando, estamos haciendo lo que nos gusta”.

La diversidad de actividades de la Fundación no se reduce a los productos audiovisuales para los que son contratados, sino que se amplía a proyectos propios que movilizan a los miembros de Casa Occio hacia la difusión del acontecer audiovisual local y hacia la apropiación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Para Marcela, dentro de la organización nunca se dice qué hacer sino que se está inventando todo. Trabajan por competencias: ella se encarga de la parte presupuestal y administrativa; Milton trabaja con las herramientas tecnológicas; Vladimir se hace cargo de la presentación de proyectos; Rubén de la parte de investigación y, Carolina de las relaciones públicas y de producción. No obstante, reconocen una

falencia en este modelo pues, si alguno falta quedaría un vacío; por ejemplo, en lo contable solo Marcela “es la que sabe de números”, dice Milton. Por eso, dentro de Casa Occio existe la necesidad de rotar los saberes, sobre todo, en lo relativo a la transmisión vía Internet²⁰⁵.

En las labores audiovisuales, en los procesos de producción y realización, se comparte mayor número de tareas: “Todos graban, todos montan, todos editan, todos tienen la misma línea a la hora de editar pero a la hora de hablar de un énfasis cada uno lo tiene: si Vladimir se pudiera dedicar solo a guionizar, estaría feliz y asimismo Rubén a la investigación y Milton con su tema web. Ser *todero* es súper agotador pero todos saben hacer de todo”, relata Marcela. A pesar de que exista una división en el trabajo, se puede percibir Casa lo hacen con complicidad, buscando horizontalidad en las relaciones y desde un pensamiento en común:

Aquí, si algo falla no es para decir “tú tienes la culpa”, sino para decir “solucionémoslo”. Al director le puede llegar la señora de los tintos y decirle: “Uy, mirá, a mí me parece tal cosa”; y el director recibe y el guionista recibe; todo el mundo recibe la opinión de todo el mundo y se construye así. Aquí, por ejemplo, no hay competencia y si la hay pues ni se siente porque cada uno está como en lo suyo. No es la competencia de que soy el mejor director, soy el mejor guionista o el mejor montajista; no, aquí eso vale hongo. Aquí lo que vale es que hagamos cosas buenas: los productos audiovisuales deben servir para sensibilizar, para educar, para pensar; no que lo veás y ya, sino que te dejen como mínimo una pregunta. Es una vaina intrínseca en todos porque todos soñamos con que esta vaina cambie, de una u otra forma. Y si nuestro arte es algo tan masivo, pues que sirva para transformar conciencias. Porque el ejemplo es la única cosa que de verdad puede calar en cualquier persona; ser consecuente con lo que se habla, con lo que se piensa, y ese es un trabajo por el que se esmera cada uno de los que están acá: ser consecuente y tener conciencia con las cosas que hace y dice (Marcela).

²⁰⁵ Además de Milton, solo Rubén sabe transmitir vía *streaming*.

Autorías colectivas, colaborativas e interactivas

Partiendo de lo que posibilita la Web 2.0, la organización Casa Occio atribuye a las nuevas tecnologías de la comunicación una función democratizadora del conocimiento. Para sus miembros, la comunicación surge de cada persona y no de una sola fuente de producción y difusión: “Ya es hora de que las nuevas técnicas y las nuevas estéticas lleguen a los colectivos para que puedan acceder a la tecnología y producir materiales propios de contenidos diferentes que rescaten al audiovisual de esa homogenización que existe tanto en contenido y forma”²⁰⁶. El “rescate” al que alude Milton está relacionado con el ánimo de Casa Occio de trascender el paradigma de la comunicación en el cual hay uno o pocos núcleos de producción/difusión de contenidos: “Hay una construcción de la realidad que nos la hace, nos la entrega los medios. La realidad que hace un periodista que no vive en ese barrio y la muestra como si fuera una ‘Ciudad de Dios’, pero desde adentro es otra cosa”²⁰⁷. De acuerdo a lo anterior, se puede deducir que para la organización, los medios hegemónicos presentan una visión “limitada” de lo que acontece y deja en evidencia su perspectiva reduccionista de la “realidad”.

La *brecha digital*, en un país como Colombia, se ensancha pues no somos productores de hardware y escasamente de software, pero según los miembros de Casa Occio, una manera de reducir la brecha consistiría en la producción de contenidos propios en la web por medio de las herramientas de la Web 2.0; Rubén comenta que esto es lo que “se le chispotió al sistema”, ya que para él todas las aplicaciones de la Web 2.0 permiten hacer “lo propio y volverlo masivo y, lo masivo no niega lo propio”. Es por medio de esta posibilidad que se están propiciando nuevas dinámicas para acceder a los medios de producción simbólica. La capacidad de mostrar “lo propio”, de expresar, de

²⁰⁶ Testimonio de Milton en la reseña de Iniciativas del Proyecto de Industrias Culturales. Disponible en: www.industriasculturalescali.com/Iniciativas/Paginas/CasaOCCIO.aspx.

²⁰⁷ Testimonio de Milton en Mil Minutos Web Show. Disponible en: www.youtube.com/watch?v=pEfv4qCkGns&feature=player_embedded#at=48.

elaborar contenidos que no serían emitidos por los *mass media*, aporta a cerrar la brecha. Se trata de una autoría colectiva, colaborativa e interactiva entre los usuarios de la red: colectiva en la medida en que no hay un solo centro de producción de contenidos; colaborativa porque hay aportes de contenido de todo aquel que quiera hacerlo; e interactiva debido a la posibilidad de intercambio y flujo de información. Para Casa Occio el modelo de comunicación no está enfocado ni en el medio ni en el mensaje, sino en *quien* lo produce.

Las nuevas herramientas de la web “están para empoderar”, como apunta Rubén, pues en la medida en que haya igualdad de condiciones para producir y difundir mensajes, la sociedad civil puede construir un horizonte de significados que aporta al cambio social al mostrar lo invisibilizado, al nombrar lo silenciado. Y Rubén complementa:

En esas pantallas debe circular la propio, o sea, la media, que es una expresión que nuestro profesor Julián Tenorio usó en un evento cuando le pidieron que explicara qué era la televisión comunitaria: resulta que Julián se sacó la media del zapato y dijo: “esto es, lo que no se ve”. Entonces hay algo que no se ve y nosotros lo vemos todos los días. Y todo eso cabe en una posibilidad libre, en una pantalla libre.

En esa pantalla “libre”, la relación entre comunicación y educación es importante para lograr el empoderamiento. A propósito, Marcela comenta:

El papel, la plana, la escritura, están cambiando. A los jóvenes podés darles mejores directrices por las redes sociales que por el aula de clases; esa es la claridad que se tiene, o sea, lo virtual, sea Internet, sea televisión, sea lo que sea, es lo que tiene relación más directa con la educación ahora. El audiovisual, como quiera que sea la forma, es una herramienta para educar. Pero los que están haciendo la televisión realmente no la están haciendo para educar. Entonces el interés siempre ha sido la comunidad y que esta aprenda a hacer sus propias comunicaciones.

Hay un interés de los miembros de la Casa Occio por ser agentes de capacitación de las herramientas Web 2.0 y de lenguajes audiovisuales, ya que desde su perspectiva es posible ayudar a construir procesos de transformación social mediante la producción/difusión de “lo propio”, y en estos procesos el papel de la imagen es determinante pues, según Marcela, “la imagen es reconocimiento, el reconocimiento de las personas, de las situaciones, de la ciudad, de la historia; poder vernos, contarnos, educarnos. Y se genera en la comunidad un reconocimiento de quién es, qué somos, cómo estamos. La imagen perpetua la historia como quiera que sea contada”. Además, en la organización están convencidos de que “la imagen resuelve cosas. El documental resuelve preguntas. ¿Por qué las resuelve? Porque pone realidades en escena. Si un problema de una sociedad se pone en audiovisual, entonces es posible que se resuelva desde una comunidad, un barrio. ¿Cuál es el problema que nos aqueja? ¿Cuál es el aquí y el ahora? Eso es algo que llega a resolverse políticamente”, afirma Rubén.

Las actividades de producción, circulación y recepción de contenidos propios aportan a engrosar la densidad comunicativa de una sociedad en la que un ciudadano común y corriente es consumidor y a la vez es productor y emisor. La triada recepción-producción-emisión de la web genera procesos comunicativos en varias vías, con la posibilidad de interactuar con los usuarios, hacer creación/difusión colectiva.

Una producción audiovisual diversa

El conjunto de materiales audiovisuales de la organización muestra un alto volumen de producción de videos llamados institucionales, los cuales son piezas con un discurso expositivo que describen y promocionan el trabajo desarrollado por quien ha solicitado el servicio. Este es el caso de los videos hechos por Casa Occio para instituciones como Cooperativa Cooprocenva, Escuela Nacional del Deporte, Caracol Radio, Centro de Capacitación Don Bosco, Fundación La Tarumba, entre otras. Este tipo de producciones responden a las demandas del cliente; tienen una duración promedio de quince minutos; las imágenes cumplen la función de ilustrar lo expresado en los testimo-

nios de los entrevistados o en la narración en *off*; y la música no tiene una función dramática, sino decorativa.

Existe otro conjunto que resulta del registro de proyectos de intervención social realizados por fundaciones, agencias internacionales de cooperación o entidades estatales. Este tipo de videos hacen parte de los informes de ejecución de estos proyectos que ellos nombran como videos de “sensibilización”. Utilizan la voz en *off* de un narrador y con un discurso expositivo relatan objetivos, dificultades, logros y percepciones de las actividades de dichos proyectos. Podemos indicar la existencia de videos sobre la Red de Bibliotecas Públicas de la ciudad de Cali, Comfandi, Fundación FES, Fundación Taller Abierto, Fundamor, entre otros.

Se trata de visibilizar proyectos. A pesar de que sea un cliente, digámoslo, es otro tipo de producción: es hacer parte del proceso, juntarse con la comunidad. Por ejemplo, ahora le estamos haciendo un video a la WWF; viajamos al Putumayo, nos encontramos con las comunidades indígenas y campesinas; nos metimos en el proyecto, hicimos una retroalimentación, ellos nos hablan de lo que hacen y nosotros estamos acompañando el proyecto. Con la realización de estos videos queremos quitarle a la gente esa idea de que los medios son una cosa allá (Marcela).

En el mismo espíritu de aportar a la formación de los televidentes, la Fundación Casa Occio participó en un proyecto de formación en recepción crítica de la Comisión Nacional de Televisión que se hizo en convenio con la Universidad Santiago de Cali. Para este proyecto titulado Mirando como Miramos, Multiplicando Televidentes Críticos, Casa Occio produjo un “video-cartilla” que desarrolla un formato didáctico.

La organización ha realizado algunos documentales²⁰⁸ aunque su fortaleza está en el formato televisivo. *Minga, el camino de la*

²⁰⁸ Existe un documental en el cual participó Casa Occio llamado *La propiedad del conocimiento*. En este se relatan cuatro casos de resistencia ante la privatización de patentes; uno de esos casos sucede en nuestro país, en el departamento del Putumayo, donde hay polémica sobre la patente del Yagé como planta medicinal. Casa Occio hizo la producción de campo en Colombia. Fue producido por la Fundación Villa del Cine (Venezuela, 2007).

*palabra*²⁰⁹, es un documental con una duración de 26 minutos que hace el acompañamiento audiovisual a la marcha indígena que atravesó el país en octubre de 2008, en el desarrollo de la Minga por la Vida, la Dignidad y la Resistencia. El video da la palabra a voces de autoridad indígena como Aída Quilqué y Feliciano Valencia. Este documental surge por la cercanía de Milton con las problemáticas indígenas del Cauca cuando fue reportero del canal TeleSur; se puede percibir en Casa Occio solidaridad con las luchas de los indígenas y, a propósito de la coyuntura de la marcha, registró el suceso. Otro documental producido por la organización es *Lila*²¹⁰, cuya duración de 23 minutos presenta las condiciones y las necesidades de mujeres en situación de pobreza que padecen VIH/Sida; relata la historia de la Asociación Lila Mujer y su fundadora, Yaneth Valencia. Para los miembros de la Fundación, este documental presenta una visión diferente sobre la problemática alrededor de esta enfermedad porque, como comenta Milton, “la gente no se muere de Sida, se muere es de hambre”.

Con respecto a la producción del canal de televisión Occio TV, en este se transmite la actividad relacionada con el audiovisual de Cali. La ciudad manifiesta un quehacer videográfico y cinéfilo que se materializa en la proliferación de documentales, largometrajes y cortometrajes desde productoras locales y de centros educativos, así como en la programación permanente de cineclubes, festivales y muestras. La mayor parte de la producción del canal está asociada a estos eventos, por ejemplo:

- Lanzamiento III Festival Internacional de Cine de Toro, 2010.
- Celebración del Día del Internet, 2010.

²⁰⁹ Una coproducción de Casa Occio y Primeras Voces Cooperativa Audiovisual (Venezuela). Emitido por el canal TeleSur en 2009. Recibió Mención de Honor en el V Festival Internacional de Cine de Pasto y fue nominado en el XXVI Festival Internacional de Cine de Bogotá, el V Festival de Cine Latinoamericano y Caribeño de Finlandia, y en el II Encuentro Documental Comunitario La Imagen de los Pueblos, en Ecuador.

²¹⁰ Una producción de la Casa Occio con el apoyo de la Asociación Lila Mujer, Universidad Icesi y el Colectivo Cine Pa'l Barrio (Cali, diciembre de 2009).

- I y II Festival Internacional de Cine de Cali, 2009 y 2010
- II y III Festival Nacional de Cine y Video Comunitario, 2009 y 2010.
- Transmisión, en conjunto con el Ministerio de Cultura, de la Tercera Conferencia Internacional de Propiedad Intelectual e Industrias Creativas, 2010
- Conferencias del Plan Decenal de Cultura de Cali, 2010.

Cabe anotar que la organización no solo hace presencia en los eventos para registrarlos, sino que hace alianzas con otras organizaciones para participar como coordinadores de actividades dentro de, por ejemplo, el Festival Internacional de Cine de Cali o el Festival de Cine y Video Comunitario. Uno de los proyectos que ha ido consolidando Casa Occio es la organización de Día del Internet en la ciudad de Cali:

Hoy por hoy es necesario entregarle a la ciudad un espacio público legítimo de participación que fomente no solo el conocimiento sobre las TIC sino también la apropiación de las mismas como herramientas claves para el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos a nivel individual y colectivo. En ese sentido, el Día Mundial del Internet es una iniciativa global incluyente, que se realiza el 17 de mayo en más de treinta países simultáneamente, y que desde sus inicios ha tenido como filosofía resaltar los esfuerzos y rendir un homenaje a las naciones y comunidades que han impulsado el derecho a la información a través de las TIC, convirtiendo esta celebración en una responsabilidad pública y en un tema de agenda para los gobiernos, puesto que la sociedad actual y progresista ha reconocido que las TIC han cambiado en las comunidades su forma de vivir, actuar, pensar, trabajar y educar²¹¹.

El Día del Internet en su versión de 2010 se organizó con la alianza de once organizaciones locales (El Cartel, Ciudad Futura, Concultura,

²¹¹ Extracto del documento interno de la organización Evento DDI General (Archivo digital en Word, 2010).

La Ficha Comunica, Delm Cali, Amazonas Brand, Mundo Anfibio, Jóvenes Aptos, Bambú Media Pro y Mediux), el patrocinio de diecinueve empresas de Cali y el apoyo de instituciones como la Alcaldía de Cali, la Aecid, universidades y medios de comunicación²¹².

Los usuarios de las web

Por desarrollarse su trabajo en un entorno virtual, los receptores de los productos comunicativos de la Fundación Casa Occio, como ha indicado Marcela, son activos en tanto no están solo consumiendo información sino interactuando con esta. Los públicos de Internet tienen una función menos de espectadora y más de *usuario*. Lo que fomenta la mayoría de las aplicaciones Web 2.0 es que el usuario se afilie a la red social, por ejemplo, lo cual implica que confirme/solicite ser *parte de* (“amigo de” o “fan de”) para interactuar en la plataforma. Lo anterior crea una comunidad directa de *seguidores* de la organización y/o de sus contenidos. En palabras de Rubén, “hay instrumentos para saber que hay 466 personas que se dicen seguidoras del Canal Occio TV. ¡Que nos siguen! No sé la frecuencia pero me meto en el paradigma de que ‘nos siguen’. Pero esa relación con el público es una incertidumbre”.

Con respecto a la manera cómo se establece la red en Facebook, la característica en común es que el usuario suele responder a las solicitudes (ya sea de grupo, de amistad o de una página de fans) de manera positiva por medio de los botones ‘Unirse’, ‘Aceptar’ o ‘Me gusta’. Veamos los siguientes datos de los usuarios afiliados a las redes de la organización en Facebook²¹³:

- Perfil de Casa Occio: 1.082 amigos
- Grupo Casa Occio: 579 miembros
- Página producto y servicio OccioTV/Vlog & WebTV: 720 fans

²¹² Para mayor información, véase: www.diadeinternetcali.org.

²¹³ Todos los datos proporcionados corresponden al 23 de noviembre de 2010.

Sobre la actividad de la organización en Twitter, la relación se establece con los seguidores de cada persona/entidad en la medida en genera un *tweet*²¹⁴; Occio TV ha tuiteado 1.464 veces y cuenta con 538 seguidores.

En los blogs y *vlogs* existe una manera de establecer contacto con los usuarios por medio de módulos de comentarios, localizados debajo de cada uno de los textos/videos publicados. En Facebook también existe un módulo para comentar lo que se publica; también dispone de un chat y los botones ‘Me gusta’ y ‘Compartir’. Más allá de los datos cuantitativos sobre los usuarios que forman parte de las redes de Casa Occio, sería en este tipo de acciones (comentar, compartir y afirmar ‘Me gusta’ algo que publicó) donde quedaría en evidencia que más allá de la circulación de información, hay interacción con esta.

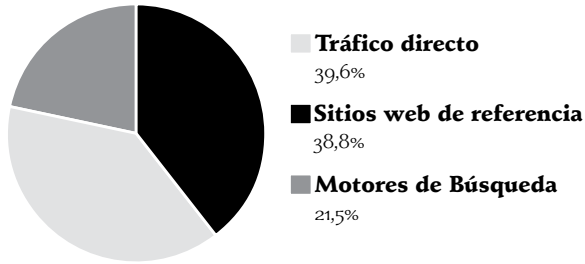
Ahora bien, con respecto a las transmisiones vía *streaming*, se utiliza el término “pico” para el registro de personas que están viendo la transmisión: “Con la conferencia de propiedad intelectual, los picos han dado 17 ó 18 personas o pantallas que están con nosotros en la transmisión, pero uno no sabe si es la ventana que estén viendo; ahí también hay incertidumbre. El pico más alto fue en lo de Industrias del Conocimiento que hicimos enlace con Mincultura, y llegamos casi a ocho mil. Esos son los nuevos públicos”, cuenta Rubén.

Existe una serie de herramientas estadísticas que permite hacer mediciones cuantitativas (Google Analytics es una de ellas) acerca del número de personas que visita las páginas web y cómo llegan a estas (tráfico de usuarios²¹⁵). A continuación, vemos datos sobre el tráfico de visitas al blog www.occioTV.blogspot.com; nótese que el mayor porcentaje indica que los usuarios llegan a la página de forma directa y el porcentaje menor por medio de motores de búsqueda (como Google, por ejemplo).

²¹⁴ Un *tweet* es una frase que responde a la pregunta ¿Qué está pasando? en el perfil de cada en la red de seguidores en Twitter. Solo puede tener 140 caracteres.

²¹⁵ En el blog del canal Occio TV esto se puede ver en el apartado Live Traffic Feed.

Visión general de las fuentes de tráfico



Fuente: Fundación Casa Occio

El canal de Occio TV en la plataforma YouTube reporta 63 suscriptores y se pueden encontrar los siguientes datos con respecto a la actividad general del canal:

- Reproducciones del canal: 1.017
- Reproducciones totales de videos subidos a la red: 20.475

El canal de Ustream no tiene la función de suscriptores pero sí la de seguidores y para el caso del Canal Occio TV en esta plataforma cuenta con solo cinco. Además, estos son los datos que proporciona la página del canal en este portal:

- Total visitas: 649
- Total horas de todos los videos: 7 días, 6 horas, 17 minutos

En el canal Occio TV/Televisión Libre, publicado en el portal Livestream, el único dato posible de rastrear con respecto a la actividad del mismo es el número de minutos vistos: 141,614 (*viewer minutes*).

La organización asume el audiovisual como herramienta fundamental para generar procesos sociales, aunque Marcela insiste en que uno de los grandes obstáculos para su desarrollo es la división que hay

entre el cine y el audiovisual: “Puede que el cine nunca deje de ser esa esfera por allá, altísima, pues todo el mundo sueña hacer cine y el audiovisual es como el hijo regañado; pero siento que ya el audiovisual está tomando otra importancia pues se ha convertido en una herramienta transversal en la construcción de procesos, de ciudad. El cine ya no es el papá de todos”.

En ese sentido, según Marcela, Casa Occio se ha pensado como un referente del audiovisual en Cali pues “así queremos que nos vean, así queremos que nos reconozcan”. Por su parte, Milton piensa que en Cali debería haber una evolución, tener “cine popular” y “montar un Dogma o algo así”, pues precisamente las dinámicas de los colectivos se verán mediadas por su capacidad para apoyarse mutuamente, de construir alianzas y generar proyectos juntos que permitan evolucionar la manera de hacer audiovisual en la ciudad. Esta intención se ha querido materializar en actividades del Festival Internacional de Cine de Cali²¹⁶, de ahí que la organización junto a otras haya presentado el proyecto de la Escuela de Cine Popular que consistiría en brindar talleres de formación para producir cortometrajes en diferentes barrios de la ciudad, a fin de que estos se conviertan en un producto propio del festival y, a su vez, hagan parte de su programación. No obstante, esto no se ha podido concretar debido a la falta de recursos y voluntad política local.

²¹⁶ Milton Trujillo, en nombre de Casa Occio, es el representante de los colectivos audiovisuales de la ciudad en uno de los comités de dicho festival.