

USO DEL AUDIOVISUAL EN LA DIFUSIÓN DE LAS NARRATIVAS POPULARES DE CÓRDOBA

Carlos Mario Soto Bertel
csotobertel@correo.unicordoba.edu.co
Universidad de Córdoba

Huber Yecid Castro Escobar
hycastro@correo.unicordoba.edu.co
Universidad de Córdoba

RESUMEN

En el presente documento se hace un análisis descriptivo sobre los medios audiovisuales y su potencial en la promoción y difusión de las narrativas populares del Departamento de Córdoba. Para la elaboración de esta investigación se realizó una selección de documentos e investigaciones a fines con la temática a tratar. Esta selección se realizó teniendo en cuenta: Breve historia y evolución de los medios audiovisuales, Desarrollo del audiovisual en Córdoba y su relación con la narrativa popular, Identidad cultural y la construcción de narrativas populares audiovisuales, Comunicación para el cambio social y la difusión de la narrativa popular local, Iniciativas de narrativas populares audiovisuales en el programa de la Licenciatura en Informática y Medios Audiovisuales.

Palabras claves: Audiovisual, Narrativas Populares, Difusión, Identidad, Comunicación para el cambio social.

ABSTRAC

In this research, an exhaustive analysis is made of Audiovisual Media and its potential in promoting and disseminating popular narratives. For the preparation of this research, an exhaustive selection of documents and research was carried out with the theme to be discussed.

This selection was made taking into account: Origin and history of Audiovisual Media, incursion of Audiovisual Media in popular narratives, influence of local knowledge in the construction of popular narratives, Audiovisual Media as a strategy to promote the export of culture local. At the end, a basic strategy for the preparation of audiovisual content is shown, reviewing the stages and characteristics of the production process.

Keywords: Audiovisual, Popular Narratives, Diffusion, Identity, Communication for social change.

I. INTRODUCCIÓN

Este artículo expone sobre que el principio de lo audiovisual, cumple un papel importante en la construcción y reconstrucción colectiva de las realidades en las comunidades o en las organizaciones sociales. La variedad de prácticas que incluye, (cine, televisión, video, animaciones y otras modalidades), permite intervenir en los procesos culturales, fomentando espacios de conservación de las manifestaciones culturales locales. En consecuencia, la introducción de estos medios de comunicación en los procesos de revitalización cultural en los entornos locales se proyecta como una estrategia que apunta al posicionamiento de lo local, una herramienta que incorpora diversas manifestaciones comunicacionales por medio del avance conceptual de lo

audiovisual para la transformación de las sociedades.

Otro aspecto de la temática declara que, en el ejercicio de construcción de nuevas sociedades basadas bajo principios de diversidad, se viene sustentando como la autonomía, de la cultura local juega un papel importante en ese proceso. Por tanto, la identidad cultural, aprendida desde esta perspectiva propone que la revitalización del patrimonio cultural y la promoción de las industrias culturales son componentes exclusivos para los procesos de desarrollo.

De acuerdo con lo anterior, en el presente documento, se realiza un análisis del uso de lo audiovisual en la difusión de las narrativas populares del departamento de Córdoba. Entendiendo que, durante las últimas décadas, lo audiovisual aparece fuertemente vinculado a las experiencias populares, convirtiéndose también en un facilitador para la construcción de subjetividades y representaciones sociales. Los mecanismos o modalidades de difusión y producción audiovisual de historias, representaciones y significaciones populares son materia de análisis en este trabajo, para así poder conocer estas formas de transmisión de lo cultural.

II. BREVE HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LO AUDIOVISUAL

Cuando mencionamos el concepto de medios audiovisuales, hacemos referencia a aquellos mecanismos de comunicación masiva que tienen la función de transmitir sus mensajes a través de canales que involucran no sólo el sentido visual, como lo muestran los medios estáticos tradicionales, sino que también en el de la audición.

Para autores como Dieuzeide [1], plantean el concepto, con una adaptabilidad que se adhiere al sentido de la actualidad: Audiovisuales son medios mecánicos o electrónicos de registro, reproducción y difusión de mensajes sonoros o visuales utilizadas, separada conjuntamente, para presentar conocimientos, facilitar su adquisición y, eventualmente, reproducir o modificar determinados comportamientos.

Sin embargo, frente a esto Gubern [2] afirma, que la construcción de lo audiovisual ha sido posible a través de la aglomeración de un conjunto de aciertos que permitieron dar forma al concepto. Como todo invento complejo, lo audiovisual surgió como fruto maduro tras una acumulación de hallazgos y experiencias diversas, en cuya base hay que colocar la fotografía.

En este sentido, cuando se habla del nacimiento del cine, también se hace referencia al proceso de construcción del concepto audiovisual de una manera más robusta y dilatada. El 28 de diciembre de 1895, se proyecta al público las primeras películas realizadas por los hermanos Auguste y Louis Lumiere, en la memorable sesión realizada en el salón del Gran Café de París. En esta primera muestra cinematográfica, se proyectaron diez películas muy cortas, entre ellas: Salida de los obreros de la Fábrica Lumiere, El regador regado, Los herreros, La llegada al congreso de fotografía en Lyon, La comida del bebé, El manto, La plaza des cordeliers en Lyon, El baño en el mar.

La fama del cine de los Lumière se expandió en la sociedad parisina, sin embargo, al tiempo la gente comenzó a cansarse y entonces los Lumière pensaron que el cine podía servir como medio para dar a conocer acontecimientos

memorables, era el origen del cine documental. Se contrataban a unos operadores importantes que se encargaban de ir a ciudades rodando acontecimientos importantes [1].

La construcción del concepto audiovisual ha pasado por una serie de procesos significativos, que incluye una diversidad de personajes y eventualidades que trazaron la historia de la concepción audiovisual.

Es por esto, que su realización tuvo gran variedad de momentos cruciales, en este caso la aparición del cine sonoro, marcó el comienzo real de lo audiovisual. Para Vidal [3], el cine sonoro fue producto de una aguda crisis económica de la productora Warner Bros, lo cual obligó a la Warner a experimentar nuevas formas de hacer cine.

El avance exponencial del cine y los contenidos audiovisuales presentados en una sola pantalla. Promovió la invención, de una nueva forma de difusión del contenido audiovisual, era necesario transmitir esa narrativa audiovisual en las colectividades de la sociedad. A finales del siglo XIX hasta 1935, se extiende la prehistoria de la televisión. Según Pérez [4], la televisión es un sistema de comunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia

III. DESARROLLO DEL AUDIOVISUAL EN CÓRDOBA Y SU RELACIÓN CON LA NARRATIVA POPULAR

En la década de 1960 la esfera del cine latinoamericano pasa por un proceso de evolución, cambia aspectos importantes en la forma de cómo se venía haciendo cine en

América Latina, debido a que existía una dependencia en la producción del contenido de países como México y Argentina, que a su vez eran influenciados por las industrias europeas y norteamericanas. Sin embargo, en el caso de México, las prácticas de integración regionalista hicieron presencia en la cinematografía mexicana durante el periodo conocido como la Edad de Oro.

El género de cine rumberas muestra tanto en el aspecto de la producción como en sus localizaciones y los contenidos de sus argumentos una mixtura cultural que da cuenta de una intención de integración en pos de la consolidación de un mercado que estaría haciendo frente a la supremacía industrial estadounidense en la región [5].

La aparición de nuevas propuestas para producir cine en Latinoamérica, surge a partir de una creciente crisis económica de las dos industrias más fuertes en ese momento, México y Argentina, que permite configurar el concepto del cine desde diferentes aspectos. En rigor esas industrias que atravesaron por una etapa de crisis que no superaron en términos económicos y que permitieron la aparición de realizadores con propuestas distintas que apuntaban a las estructuras económicas y organizativas, a los estilos fílmicos y a la misma función social del cine. El reclamo de un cine independiente, frente a las empresas fílmicas relativamente cerradas en sí misma [6].

En este sentido, el nuevo cine latinoamericano se presenta como un nuevo modelo de resistencia y oposición a la línea tradicional que se venía ejecutando, la estandarización del imaginario de lo que representaba el cine en América Latina. Este cine de dimensión regionalista buscó dar protagonismo a las

comunidades populares, fortaleciendo el discurso político de un cine que estuviera en función de mostrar las realidades de la región.

Uno de los principales objetivos del Nuevo Cine Latinoamérica hacía hincapié en cambiar el eje tradicional de la emisión de los discursos políticos. Por medio de la práctica de producir cine que permitiera a través del uso de la palabra y la actuación del marginado social, convirtiendo al cine en una herramienta de comunicación para mostrar las demandas de los pueblos populares, pasando a nuevos escenarios de manifestación social [7].

La llegada del Nuevo cine latinoamericano, o más bien la primera referencia de ese auge cinematográfico que llega a Colombia, se da en el año de 1897 el 14 de abril en el puerto de Colón, en ese momento perteneciente a Colombia, hoy día Panamá. La función del Vitascopio, de Edison un instrumento poco conocido en el territorio nacional, ese día se presentaron unos largometrajes realizados por Edison en los años de 1894 y 1896, como lo fue La danza de la serpiente. Sin embargo, para ser más específico sobre el trabajo del cine en lo nacional, debemos empezar por referenciar a los hermanos italianos Di Domenico, Francesco y Vincenzo lo cuales inauguraron el salón Olympia, el primer espacio en Bogotá de carácter masivo y popular, esto significa un primer acercamiento del arte cinematográfico a las masas populares de Colombia.

En el Olympia se exhibía, los registros en películas cinematográficas de los paseos matutinos de los principales habitantes de una Bogotá que en ese entonces llegaba hasta la actual calle veintiséis; en la noche, después de revelar esas vistas, las presentaban como suplemento previo a la

exhibición de los largometrajes europeos. Desde 1913 estos primeros ejemplos de una crónica social capitalina se denominaron Diario colombiano, el primer nombre para un noticiero de imágenes en movimiento realizado en el país, filmando y procesando en película cine [8].

Sin embargo, para hablar de un cine más acercado a lo popular, nos situamos en una línea de tiempo más cercana. En este sentido, uno de los grandes avances del cine en Colombia es la Ley 814 de 2003, también llamada la ley del cine, una política cinematográfica que se basa en el reconocimiento del cine y lo constituye como una expresión cultural generadora de identidad social [9].

IV. IDENTIDAD CULTURAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE NARRATIVAS POPULARES AUDIOVISUALES

La identidad cultural, es considerada un sentimiento de pertenencia a un grupo en específico que posee una serie de características y rasgos culturales únicos, características que son diferentes, pero continuamente sometidas a juicios. Para Molano [10] la identidad cultural es un proceso que va evolucionando a través del tiempo, mediante este recorrido se logra consolidar rasgos propios. La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de la comunidad, las relaciones sociales y los comportamientos colectivos.

En este contexto, la identidad cultural es un campo acertado para conocer lo que nos une, porque expresa el modo de ser de los pueblos, la forma en que se relacionan las personas en sus comunidades, es una

construcción de carácter histórica, el panorama simbólico donde el ser humano organiza y ejerce su existencia. Es la identidad cultural una herramienta que se convierte en la memoria colectiva que posibilita la comunicación entre los miembros de la comunidad: “En todo sistema cultural, sus prácticas, patrones y códigos están sujetos a un número amplio de principios que se expresan a través del lenguaje, el cual simultáneamente, ejerce coerción sobre las ideas, prácticas y los patrones de cada cultura [11].

El concepto de cultura popular tradicional, es una categoría de la identidad cultural que integra grandes especificidades de carácter local y que a su vez esta compuesta con gran sentido nacional. Es una posición consolidada de manera democrática y social porque proviene agudamente de las raíces populares.

Para Calderón [12] lo popular esta enmarcado en diferentes manifestaciones materiales y simbolicas, que contribuyen en significados en proceso de identidad, lo que posibilita un amplio desarrollo cultural de la identidad. El elemento popular tradicional de la cultura constituye un agente clave en las transformaciones culturales pues conduce a procesos sistematizados, basados en valores que proporcionan la efectividad cultural.

En este orden de ideas, el simbolismo y la oralidad se convierten en componentes esenciales de la realidad de las sociedades, son estos mismos elementos los que deben estar plasmados en la construcción de las narrativas populares audiovisuales. Por esta razón, se puede decir que estas representaciones audiovisuales adquieren una dimensión muy amplia e importante en la difusión de las costumbres locales.

Ahora bien, las prácticas de tradición oral

se remontan a la antigüedad, a lo largo de la historia han sido con frecuencia un medio que las sociedades carentes de registros digitales han utilizado como herramienta de transmisión de las historias populares. Ramírez [13] considera que la tradición oral es interpretada como los recuerdos del pasado transmitidos y narrados de forma oral a partir de la dinámica natural de la misma cultura. Todos los participantes de una colectividad cultural reconocidos en ella, son los encargados de dar una forma discursiva a las situaciones sociales. Es por esto, que las narraciones orales también son expresiones de la identidad.

Para lograr una representación de la realidad y la narrativa popular debe existir una relación entre la producción, circulación del audiovisual y la estética de la cultura popular. Por otra parte, el ejercicio de representación de lo popular a través del audiovisual no presenta una autonomía del contenido, está ligada a un portal de entradas y salidas que configuran los elementos y símbolos del proceso cultural a visibilizar.

La comunicación audiovisual es una estética que debe permitir comprender la narrativa popular, por medio de sus nuevos mecanismos de legibilidad y visualidad. Es un signo audiovisual, esa materialidad expresiva-comunicativa que está en lugar de la realidad misma. Es decir, es la representación de la cosa designada, solo que ya no es tan arbitraria como en la comunicación verbal, no está condicionada por los contextos verbales [14].

Para Domínguez [15] una de las premisas fundamentales en el estudio de las representaciones populares a través de lo audiovisual es el de una interrelación, que a su vez trae implícita una multitud de

relaciones como. La correspondencia entre las formas de organización de las comunicaciones sociales, las modalidades del pensamiento local. Son fundamentales para comprender el devenir de las personas en su entorno social.

V. COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL Y LA DIFUSIÓN DE LA NARRATIVA POPULAR LOCAL.

Durante los años setenta, surgieron los planteamientos del teórico pedagogo Paulo Freire, en los que proponía una educación y comunicación dialógica. A partir de ese relacionamiento proviene la esencia de la comunicación para el cambio social, de igual forma surge un desglose de prácticas comunicativas con características similares, como la comunicación horizontal, comunicación popular, comunicación alternativa, comunicación participativa. Desde esta óptica, la comunicación y la participación se convierten en elementos asociados, para desplegar un proceso de comunicación para el cambio social, primeramente, se debe mantener un relacionamiento con entre los problemas a los que se enfrenta las comunidades y la comunicación, para poder tener claridades sobre las posibles soluciones.

La comunicación para el cambio social, es una nueva visión de los modelos desarrollistas que se venían adelantando en esa época. Su principal promotor fue la Fundación Rockefeller [16] quien define la comunicación social como un proceso de dialogo público y privado a partir del cual las gentes deciden quienes son, cuáles son sus aspiraciones, que es lo que necesitan y como pueden administrar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas.

En la actualidad el término eduentretenimiento hace referencia a una modalidad alternativa que combina el entretenimiento con la comunicación de manera unificada, para el desarrollo de este proceso se han implementado diversos medios comunicacionales masivos, como la televisión, el cine, radio, internet.

Igualmente, el eduentretenimiento es el uso del entretenimiento como una práctica comunicacional específica generada para comunicar estratégicamente respecto de cuestiones del desarrollo, en una forma y con un propósito que puede ir desde el marketing social de comportamientos individuales en su definición más limitada, hasta la articulación de agendas en pos del cambio social liderada por los ciudadanos y con un propósito liberador [17].

Es por esto, que haciendo un análisis detallado el eduentretenimiento desde una perspectiva arribista, busca idear a los espectadores no solo como en la comunidad en la cual se va a producir los cambios, sino primeramente comprender a las mismas comunidades como mediadores de su propio cambio.

VI. INICIATIVAS DE NARRATIVAS POPULARES AUDIOVISUALES EN EL PROGRAMA LIMAV.

Partiendo desde los principios enmarcados en la misión del programa de la Licenciatura en informática y medios audiovisuales, perteneciente a la Facultad de Educación y Ciencias Humanas, de la Universidad de Córdoba, donde se hace hincapié en la importancia de formar profesionales de forma integral que ejerzan el liderazgo, en el proceso de desarrollo científico, tecnológico para alcanzar en la educación altos niveles de calidad.

Es importante la apropiación con sentido crítico de la interactividad, virtualidad y conectividad, atributos de los materiales y medios informáticos y de comunicación audiovisual de manera que se promuevan las TIC en los procesos educativos, investigativos y sociales a nivel local, regional y nacional con proyección internacional [18].

Algunos ejemplos de estos trabajos se presentan, el documental “Compáe Goyo” Cortes [19] presenta la historia de uno de los más grandes exponentes de la cultura Cordobesa y el folclor caribeño colombiano, se trata de Guillermo Valencia Salgado, haciendo un recorrido de su vida y obra desde sus inicios hasta su memoria.

Asimismo, en el documental “Pedazo de Acordeón” realizado por Vergara [20] se encuentran características similares en el formato y contenido del documental. Teniendo en cuenta que en la producción audiovisual “Pedazo de Acordeón”, describe la vida y obra del cantante, compositor y acordeonero Alejandro Duran Díaz, más conocido como el “Negro Alejo” el primer rey vallenato y máximo exponente del folclor vallenato.

Por otra parte, Romero y Yepes [21] en su producción documental “Costumbrismo Literario” muestra un formato alejado de las producciones anteriores, opta por reproducir una modalidad expositiva donde prevalecen los argumentos de los entrevistados.

En el caso de Brun [22] en su producción audiovisual “La Aventurera” realiza un cortometraje basado en la canción La Aventurera del maestro compositor cordobés, Pablo José Flores Camargo, quien afirma haber compuesto más de mil

canciones. Tal vez su tema más conocido es La Aventurera, el cual ha circulado por todo el continente.

Por último, Berrocal [23] realiza el cortometraje “Viernes Santo” incorporando el tema de las costumbres y mitos de la región Caribe con la historia de una pareja de campesinos. El contexto en el que se desarrolla el cortometraje, está sumamente arraigado a las particularidades del entorno campesino cordobés. En la Costa Caribe, se han tejido una cantidad de creencias o mitos para la época de Semana Santa, en algunos casos pueden sonar jocosos, pero para nuestros ancestros y los fieles católicos son respetados.

IV. CONCLUSIONES

Es de suma importancia entender que el concepto del audiovisual es un proceso, que permanece en una constante evolución y que no presenta características estáticas. Como todo invento complejo, lo audiovisual surgió como fruto maduro tras una acumulación de hallazgos y experiencias diversas.

Por otra parte, no es acertado catalogar como audiovisual a aquellos mecanismos de comunicación encargados de transmitir sus mensajes a través de lo visual, como lo muestran los medios estáticos tradicionales, para estructurar el concepto es necesario el audio. Es decir que, el punto de partida del término audiovisual inicia desde el cine sonoro consolidado por la productora Warner.

Desde otro punto de vista, como resultado del análisis de la investigación se logra comprender el desarrollo del audiovisual en el departamento de Córdoba y su relación con la narrativa popular, desde la interpretación del Cine Latinoamericano

con una visión desde lo regional.

La comunicación audiovisual es un elemento que tiene gran trascendencia en términos de difusión de la narrativa popular, es una estética que permite comprender la narrativa popular, por medio de sus nuevos mecanismos de legibilidad. Para lograr desarrollar un buen proceso de representación es de suma importancia la línea investigativa encargada de garantizar las realidades de las narrativas locales a comunicar.

Desde esta perspectiva, la Licenciatura en Informática con énfasis en Medios Audiovisuales de la universidad de Córdoba, es un programa en el cual, a través del componente audiovisual, se ha posibilitado la creación de varios productos audiovisuales que reúnen los conceptos y posturas planteadas a lo largo de todo el documento. En concomitancia se hace, necesario, seguir promoviendo iniciativas audiovisuales encaminadas al empoderamiento de las tradiciones, costumbres, la cultura o identidad local. No obstante, se recomienda que, aunque han coexistido productos audiovisuales que enmarcan estas tendencias, se ha de procurar seguir enfocando aún más esta línea de trabajo para obtener logros de gran trascendencia como industrias culturales y creativas que proporcionen una mayor proyección hacia el beneficio común.

Finalmente, para terminar, el uso del audiovisual en la difusión de las narrativas populares de Córdoba, significa configurar todas estas tecnologías de la información y la comunicación que prevalecen en nuestra cotidianidad y aprovechar su potencial para visibilizar nuestras identidades locales, esto no es sinónimo de un marketing globalizador, más bien un ejercicio de reconstrucción, preservación

de la memoria cultural de nuestras localidades.

V. REFERENCIAS

- [1] Dieuzeide, H. (1965). *Les Techniques Audiovisuales Dans Tenseignement*. París: PUF.
- [2] Gubern, R. (2001). *Historia del Cine*. Barcelona: Titivilus.
- [3] Vidal Bonifaz, R. (2008). Los Inicios del Cine Sonoro y la Creación de Nuevas Empresas Fílmicas en México. *Revista del Centro de Investigación Universidad La Salle*, 8 (29).
- [4] Pérez Vega, C. (2006). *Introducción a la Televisión*. Recuperado el 09 de 07 de 2020, de <https://personales.unican.es/perezvr/pdf/Introduccion%20a%20los%20sistemas%20de%20TV.pdf>
- [5] Flores, S. (2016). *Historia Comparada de las Américas Perspectivas de la Integración Cultural*. CIALC
- [6] León, I. (2013). ¿Nuevo? ¿Cine? ¿Latinoamericano? *enfoco* (44).
- [7] Flores, S. (10 de Diciembre de 2011). Sujetos en la historia: El nuevo cine latinoamericano y la frontalidad del discurso. *Temuco*. 4, (2), 20-31. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3877254>
- [8] Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano. (2010). *Historia del cine colombiano*. Recuperado el 13 de Agosto de 2020, de https://www.quiramedios.com/app/download/10456099160/historia_del_cine_colombiano_fpcf.pdf?t=1519741101
- [9] Araujo Castro, M. (2006). *Política cinematográfica*. Ministerio de Cultura de Colombia. https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-cinematografica/Documents/12_politica_cinematografica.
- [10] Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto de evolucionaria. *OPERA* (7). <https://www.redalyc.org/pdf/675/675007>

05.

[11] Rodríguez Sala, L. (1983). *El lenguaje como elemento cultural de identidad social en la zona fronteriza del norte de México*. Instituto de Investigaciones Sociales Universidad Nacional Autónoma de México. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/519622>

[12] Calderón, O. (2017, 19 de septiembre). *La cultura popular tradicional como elemento esencial para la formación de la identidad patrimonial en el contexto del preuniversitario* [boletín n.º 6]. <https://revista.redipe.org/index.php/1/articulo/download/357/354>

[13] Ramírez, N. (2012). La importancia de la tradición oral: El grupo Coyaima-Colombia. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 10 (2), 1794-192X. <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105325282011>.

[14] Goyes, J. (2010). Audiovisualidad y cultura popular. *Cuadernos de Literatura del Caribe e Hispanoamérica*(12), 219-229. http://investigaciones.uniatlantico.edu.co/revistas/index.php/cuadernos_literatura/article/download/371/226/

[15] Domínguez, S. (2006). *Las representaciones sociales en los procesos de comunicación de la ciencia*. Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación. <https://www.oei.es/historico/memoriasctsi/mesa5/m05p21>.

[16] Fundación Rockefeller (1999). *Communication for social change: A position paper and conference report*. Fundación Rockefeller

[17] Tufte, T. (2009). El edu-entretenimiento: una estrategia comunicacional contra la violencia y los conflictos [presentación de diapositivas]. Universidad Gregoriana. <http://www.seminariovirtual.org/DESAROLLO/materialdidactico/2EduentretenimientoDiapositivas>

[18] Limav. (2011). Proyecto educativo del programa de Licenciatura y medios audiovisuales. Universidad de

Córdoba. <http://limav.www3.unicordoba.edu.co/acreditacion/sites/default/files/PEP-LIMAV>

[19] Cortes, J. (2019). *Compae Goyo* [Documental]. YouTube. https://drive.google.com/drive/folders/1Jaudb3DiGtiYBXhwmWHCG3kTa8zYV_0u

[20] Vergara, R. (2016). *Pedazo de Acordeón* [Documental]. YouTube. https://drive.google.com/drive/folders/1Jaudb3DiGtiYBXhwmWHCG3kTa8zYV_0u

[21] Romero, A., Yepes, D. (2019). *Costumbrismo Literario* [Documental]. YouTube. https://drive.google.com/drive/folders/1Jaudb3DiGtiYBXhwmWHCG3kTa8zYV_0u

[22] Brun, W. (2019). *La Aventurera* [Cortometraje]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=76RRR-9_I9A

[23] Berrocal, L. (2016). *Viernes Santo* [Cortometraje]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QuEwJFQi2Jw&t=21s>