

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ
DEPARTAMENT DE PERIODISME
PROGRAMA DE DOCTORAT EN PERIODISME Y CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ

**TERCER SECTOR DE LA COMUNICACIÓN.
TEORÍA Y PRAXIS DE LA TELEVISIÓN ALTERNATIVA.
UNA MIRADA A LOS CASOS DE ESPAÑA, ESTADOS UNIDOS Y VENEZUELA**

Tesis doctoral

Presentada por:
Chiara Sáez Baeza

Director:
Pere Oriol Costa

Bellaterra, 1º de julio de 2008

Índice de contenido

Presentación	13
Introducción: relevancia de la investigación.....	17
PRIMERA PARTE	25
Capítulo 1. Metodología	27
Objeto de estudio de la investigación: televisión alternativa y tercer sector de la comunicación.....	29
Enfoque de investigación: cualitativo.....	30
Proposiciones e hipótesis de trabajo.....	34
La metodología de investigación aplicada: el estudio de casos.....	35
Descripción de los casos y experiencias consideradas	36
Análisis de datos y generación de teoría	42
Las fases de la investigación	43
Los sesgos de la investigación.....	44
Capítulo 2. Invisibilización de la comunicación alternativa. Propuestas de entrada y de salida..	45
Comunicación alternativa y esfera pública.....	47
Comunicación alternativa y sistema de medios.....	51
Comunicación alternativa y teoría de la comunicación.....	55
Hitos de la trayectoria europea:	60
Hitos de la trayectoria latinoamericana:	61
Hitos de la trayectoria norteamericana:	63
Cambio de siglo: procesos y desafíos comunes.....	64
Propuestas de lectura	67
Capítulo 3 . Alternatividad: prospectiva y categorías de análisis	73
Conceptualización y particularidades televisivas	75
Comunicación alternativa: de los márgenes a la constitución de un tercer sector.....	75
I. Primer grupo: populares, comunitarios, próximos	76
II. Nuevas semánticas de la alternatividad: ciudadanos, radicales, autónomos, activistas, tácticos, tercer sector.....	76
III. Contrahegemonía y cultura popular	82
IV. Cambio social democrático.....	83
V. La opción por el concepto de Tercer Sector de la Comunicación	85
Particularidades de un tercer sector televisivo	87
I. Soporte y alcance	87
II. Lenguaje y contenidos	91
III. Emisión y recepción	97

Sustentabilidad del tercer sector de la comunicación	101
Sustentabilidad Social	102
I. Praxis social y discurso	102
II. Movimientos sociales y sectores populares	104
III. Tecnologías y profesionalización	106
IV. Organización interna.....	114
Sustentabilidad institucional.....	116
Políticas de comunicación	116
Sustentabilidad económica	124
Estrategias de financiamiento y distribución.....	124
Síntesis primera parte: mapa de categorías y variables	129
SEGUNDA PARTE.....	135
Capítulo 4: España	137
Visibilización del caso.....	139
Experiencias del caso	139
Conceptualización	147
Antecedentes: las alternativas de comunicación al final de la dictadura y principios de la transición	149
Contexto.....	154
Democracia joven.....	154
Politización del sistema de medios.....	155
Desmovilización política	156
Legislación en comunicación compleja, diversa y dispersa	158
Particularidades del Soporte Televisivo.....	161
Soporte y alcance.....	161
Lenguaje y contenidos	164
Emisión y recepción	167
Sustentabilidad Social	169
Diagnóstico y acción	169
Menosprecio político - comercial hacia la comunicación alternativa	169
Tejido asociativo y medios de comunicación	173
Profesionalización de la TV local.....	175
Tecnologías y profesionalización	177

Organización interna.....	180
Sustentabilidad institucional	183
Políticas de comunicación	183
Institucionalidad para los medios del tercer sector.....	186
Digitalización.....	196
Sustentabilidad financiera	200
Financiamiento	200
Capítulo 5: Estados Unidos.....	203
Visibilización del caso.....	205
Experiencias del caso.....	205
Conceptualización	213
Antecedentes.....	215
El continuum de la contracultura.....	215
El marxismo y el situacionismo europeo.....	216
La Guerrilla TV: errores y aprendizajes	216
El legado de George Stoney y Deedee Halleck	218
Contexto.....	219
El sistema televisivo estadounidense	219
El circuito de comunicación alternativa en Estados Unidos	224
La política exterior estadounidense y el hito del 11-S.....	229
Izquierda ilustrada y academia: menosprecio e invisibilización	231
Hostigamiento del sistema oficial de medios	232
Particularidades del soporte televisivo	234
Soporte y alcance.....	234
Lenguaje y contenidos	237
Emisión y recepción	241
Sustentabilidad Social	244
Praxis social y discurso.....	244
Tecnologías y profesionalización	249
Organización interna.....	251
Sustentabilidad institucional	254
Políticas de comunicación en general.....	254
Institucionalidad para los medios del tercer sector.....	259
Los canales de cable de acceso público.....	259
Institucionalidad de apoyo en el ámbito cultural y artístico.....	262

Digitalización	265
Sustentabilidad financiera	267
Estrategias de financiamiento y distribución.....	267
Capítulo 6: Venezuela.....	273
Visibilización del caso.....	275
Presentación de las experiencias	275
Conceptualización	279
Antecedentes.....	281
El proyecto RATELVE y el legado intelectual	281
Trayectoria de la comunicación alternativa en Venezuela: la prehistoria de Catia y Vive TV	284
Contexto.....	286
El Caracazo y la crisis del proyecto político nacional.....	286
Abril 2002: un golpe mediático.....	289
Los medios y el proceso bolivariano: la política por otros “medios”	292
Academia, oposición de clase y legitimidad social	301
Particularidades del soporte televisivo	304
Soporte y Alcance.....	304
Lenguaje y contenidos.....	306
Emisión y recepción	310
Sustentabilidad social.....	313
Praxis social y discurso	313
Tecnologías y profesionalización	316
Organización interna.....	320
Sustentabilidad institucional	321
Políticas de comunicación en general.....	321
La Constitución Bolivariana (1999)	322
La Ley Orgánica de telecomunicaciones (2000)	323
La Ley de Responsabilidad social de Radio y Televisión (2004).....	324
Institucionalidad para los medios del tercer sector.....	329
El Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abiertas de Servicio Público, sin fines de lucro (2002).....	329
Tercer sector y Estado	332
Digitalización	337
Sustentabilidad financiera	338
Estrategias de financiamiento.....	338

Síntesis segunda parte: tabla resumen de los casos y línea del tiempo	341
TERCERA PARTE.....	359
Capítulo 7: Análisis, conclusiones y recomendaciones	361
Análisis.....	363
Visibilización de la experiencia.....	363
Soporte televisivo y tercer sector.....	372
Sustentabilidad Social.....	378
Sustentabilidad institucional.....	382
Sustentabilidad financiera.....	388
Conclusiones y recomendaciones	391
A. Conclusiones.....	391
B. Recomendaciones para el fortalecimiento interno de las experiencias de televisión alternativa y del TSC.....	397
C. Recomendaciones para el desarrollo de políticas de comunicación que fortalezcan de las experiencias del tercer sector de la comunicación.....	401
Bibliografía por capítulos	403
Bibliografía general	441

Tiburón,

¿Qué buscas en la orilla?

Tiburón,

Lo tuyo es mar afuera

Tiburón,

¡Ay, tú nunca te llenas!

Tiburón,

Cuidao con la ballena...

Tiburón, Rubén Blades & Willie Colón

Dedicada a todas las personas que he conocido a través de esta investigación y cuyo quehacer cotidiano ha sido una fuente de infinito aprendizaje humano e intelectual.

Presentación

El punto de partida de esta tesis doctoral fueron mis cinco años de trabajo en el Consejo Nacional de Televisión en Chile. Allí me dediqué a conocer las percepciones de las audiencias, los mensajes televisivos y el funcionamiento de la industria.

Un aspecto que comenzó a interesarme mucho mientras trabajaba allí era la cobertura y tratamiento criminalizador que hacía la televisión chilena de los conflictos sociales que ocurrían en el país: movilizaciones, huelgas, etc. En algunas ocasiones incluso asistí a este tipo de eventos con la intención de contrastar la experiencia in situ con su posterior transformación en discurso televisivo. La distancia entre los hechos y su transformación en “noticia” era con frecuencia abismante. En la tele, la violencia policial ya no era provocación sino *firme respuesta*; y los asistentes, se transformaban en *hordas de lumpen*, por mencionar algunos ejemplos. Esta “transformación” se ha seguido produciendo todavía de peor manera en estos tres años que he permanecido fuera del país: la televisión “oficial” -pública o privada, laica o católica, liberal o conservadora- sigue apuntando a desactivar el componente crítico presente en las protestas sociales.

Desde el ámbito de la investigación y a veces en conjunto con otros investigadores e investigadoras intentamos trabajar estos temas con mayor profundidad, pero padecimos otras prioridades de investigación o simplemente recortes en la publicación de nuestros trabajos. Incluso una vez intentamos trabajar con periodistas de los medios la cobertura y tratamiento de los temas de delincuencia (particularmente su componente de clase) y la acogida fue casi nula.

Por mi parte, seguí intentando generar un conocimiento práctico y transformador desde un enfoque de tolerancia y discriminación, pero mientras más investigaba, más me desanimaba. Por más que yo pudiera denunciar este tipo de situaciones a través de la investigación, me parecía que no incidía en la industria televisiva: la investigación también me había permitido entender que los profesionales de la industria funcionaban en base a motivaciones (principalmente de clase y de género) que no eran fáciles de transformar.

Entonces, si los discursos dependían de quienes los emitían –o generaban las condiciones para

su emisión- había que concentrarse en los emisores. Pero ya tenía una idea de cómo eran los emisores de la industria y sus condicionamientos sociales. Fue entonces cuando pensé que la diversidad de discursos en el sistema de medios en general (y con ello, una perspectiva distinta para entender los conflictos sociales), pasaba menos por un cambio en los discursos de los medios tradicionales que en la búsqueda de condiciones para que los discursos provenientes de otros sectores sociales tuvieran una presencia equivalente en la esfera pública. Y fue en este punto cuando me interesé por las experiencias alternativas de televisión como objeto de investigación. En estos primeros tiempos no tenía todavía una conceptualización de lo “alternativo”, salvo algunas ideas vagas sobre televisiones piratas o ilegales. Por esta razón, mis primeros acercamientos “empíricos” a estas experiencias fueron con las televisiones comunitarias, piratas e ilegales que existían en Chile en ese momento (años 2004 - 2005); básicamente Señal 3 de la población La Victoria (un barrio con una larga historia de reivindicaciones en los márgenes de Santiago) e IrreverentTV de Playa Ancha (Valparaíso). Mientras tanto, investigaba a través de internet las experiencias existentes en otros países.

En este punto, la pregunta que surgía era desde qué punto de vista investigar la televisión alternativa. Me parecía que tenía que enfocarme en el modo en que concepciones del mundo diferentes (ancladas a condiciones materiales concretas) podían generar contenidos televisivos diferentes. Pero por otro lado no podía dejar de lado los condicionamientos legales ni económicos, así como el modo en que éstos estaban conectados (si eres legal, puedes conseguir más financiamiento que si no lo eres y aumentar tu sustentabilidad en el tiempo, por ejemplo). Tenía la pretensión de establecer todos los factores que podían incidir en el desarrollo de las televisiones alternativas. Paralelamente, había estado leyendo mucho sobre los precursores de los estudios culturales británicos, como Thompson (1981) o Hall (1984) y el modo en que ellos habían hecho un acercamiento desde un enfoque materialista de la cultura a sus análisis historiográficos o teóricos sobre la cultura popular. A mí me parecía que la televisión, que la cultura de masas, tenía que volver a ser revisada desde las herramientas que entregaban estos clásicos de la cultura popular. Y digo “volver” porque en este punto me afirmaba en la crítica que hacían Mattelart y Neveu (2002) al proceso de domesticación de los estudios culturales durante los 90s que había culminado en un análisis despolitizado y restringido a las opiniones de las audiencias. Asimismo, pensaba que la televisión alternativa no podía analizarse adecuadamente si se hacía desde un enfoque meramente reivindicativo, sino que había que darle sentido a la reivindicación política desde la relevancia cultural de estas experiencias. Pero no

desde cualquier concepción de cultura, sino que desde una concepción materialista, que no desvinculara las expresiones de sentido de su contexto material.

Desde mis estudios de sociología, había entendido lo importante que era utilizar la historia como una herramienta auxiliar de la investigación. Los fenómenos sociales, pero también la propia reflexión sobre ellos eran siempre procesos, con avances y retrocesos, pero por medio de los cuales era posible comprender el momento presente tanto de la acción como de la reflexión sobre ellos.

A nivel analítico, tenía claro que quería hacer una investigación aplicada pero con una fundamentación teórica potente. Las investigaciones sobre televisión alternativa adolecían la mayoría de las veces de una falta de fundamentación teórica (sólo descriptivas) o de un exceso de estas (sin empiria). Y aquí radicaba la mayor pretensión y desafío del trabajo investigativo: darle estatus de “objeto de investigación científica” a un hecho social tan difícil de coger en términos analíticos como era la televisión alternativa, con una base teórica que integrara elementos de historia, sociología, comunicación y filosofía. Y que se expresara a su vez en un estudio aplicado debidamente fundamentado en términos metodológicos. Sólo haciendo esto me parecía estar diciendo algo realmente nuevo dentro del campo de las ciencias de la comunicación.

Por último, agregar que el lector tiene ante sí una tesis doctoral en la que se pueden ver dos niveles de lectura: el nivel estrictamente comunicativo y otro nivel más político. La reflexión de fondo que plantea la investigación es que en el contexto actual de la globalización dominada por el neoliberalismo, la comunicación masiva juega un rol clave como espacio de expresión de la disputa por la hegemonía, entendida no sólo como una disputa política en el sentido partidista, sino también como una disputa cultural entre visiones de mundo. Mi propuesta de segundo nivel de lectura es que las experiencias de comunicación alternativa (particularmente, la televisión) agrupadas en lo que denomino el tercer sector de la comunicación (TSC) constituyen un actor protagónico en esta disputa, con un potencial estratégico para presionar, al menos en el ámbito cultural, a una transformación del rol que han tenido los Estados respecto de la globalización. Asimismo, este segundo nivel de lectura plantea una serie de cuestiones sobre el abordaje de esta disputa desde los sectores populares y de base, así como los movimientos sociales en su relación con la comunicación de masas.

Introducción: relevancia de la investigación

La situación de los medios de comunicación de masas y particularmente la televisión en el actual contexto de globalización neoliberal se caracteriza por:

- Un proceso de privatización, desregulación y concentración de su propiedad a nivel nacional, regional e incluso mundial, que da paso a grandes empresas multimedia que operan en los distintos soportes de los medios masivos (Quirós y Sierra, 2001). Este no es un proceso natural del libre flujo de las fuerzas del mercado, sino que está profundamente influenciado por políticas de comunicación y de telecomunicaciones implementadas por los Estados nacionales. Políticas que no solamente obedecen a criterios técnicos, sino que también son el resultado de la influencia de los grandes grupos económicos de comunicación y sus intereses, que operan tanto dentro de límites nacionales como fuera de ellos (McChesney, 2002).
- Este proceso de privatización y comercialización adquiere más profundidad e intensidad en la medida que el sector de medios de comunicación público-estatales no han logrado convertirse en referentes alternativos a la lógica lucrativa, producto de sus propios intereses partidarios y comerciales. La crisis de las televisiones públicas es una tema que empieza a discutirse en los años 80s (Costa, 1986) pero que persiste todavía, sobre todo por la vigencia del debate sobre el rol de representatividad de la diversidad nacional que deben jugar los medios públicos, procurando diferenciarse de la lógica estrictamente comercial de los medios privados y manteniéndose al mismo tiempo distanciados de las presiones de los gobiernos de turno (Fuenzalida, 1983).
- Cada vez con mayor frecuencia los grupos y sectores que controlan las telecomunicaciones tienen conexiones e influencias en otras áreas de la economía, la cultura y la política, convirtiendo a los medios de comunicación de masas, como negocio y como bien cultural, en una de las formas en que mejor se expresan las visiones de mundo de los grupos dominantes en el momento actual de la globalización:

El hipercomercialismo y creciente control corporativo traen consigo un sesgo político implícito en los medios de comunicación. El consumismo, la desigualdad de clases y el individualismo tienden a considerarse como naturales e incluso benevolentes, mientras que la actividad política, los valores cívicos y las actividades antimercado se marginan [...] En efecto, la genialidad del sistema de medios comerciales de comunicación es la carencia general de censura manifiesta (McChesney, 2002: 245 – 246)

- Estos procesos tienen consecuencias sobre el resto de la sociedad: en términos de comercialización del acceso al consumo y privatización del acceso a la propiedad de los medios de comunicación, así como en términos de homogeneidad de los discursos que circulan en los medios masivos, subrepresentación de ciertos grupos sociales y de sus temas de interés en los medios de comunicación de masas.

Una predicción general basada en la experiencia norteamericana es que el espacio informativo de un sistema de medios cada vez más comercializado redundará en una información cada vez menos pública y más privada (Bennet, 2002: 250).

- El modo en que esta situación se manifiesta en el caso específico del soporte televisivo es de especial relevancia considerando el lugar que ocupa esta hoy en día en la vida cotidiana de la mayoría de las personas como medio a través del cual acceder a la realidad, comprenderla y hacerse parte de un nosotros (Martín – Barbero, 2003). La relevancia social del soporte televisivo sigue siendo alta, aún con el advenimiento de tecnologías avanzadas como la televisión por Internet o la televisión de movilidad. No se trata de que las nuevas tecnologías estén aniquilando aquellas tecnologías que han devenido tradicionales, tan sólo contribuyen a su reformulación y adaptación a los nuevos contextos socioculturales¹.

Pero la globalización actual no sólo es comercialización, privatización y crisis. Como contraparte a lo anterior, también surgen y/o se fortalecen por todo el mundo experiencias de medios que -a veces incluso fuera de la legalidad y muchas veces con grandes dificultades- emergen desde organizaciones de la sociedad civil como focos de crítica tanto hacia las formas

¹ Convergencia e interactividad parecen ser los desafíos más importantes que las nuevas tecnologías le imponen a la televisión. Es posible que la televisión digital contribuya a resolverlos, pero aún es demasiado pronto para saberlo. Para profundizar en este debate, ver: M. Urretavizcaya, 2002

de propiedad y gestión, como hacia los discursos de los medios privados y los público – estatales (Rodríguez, 2001; Downing, 2001a)

Por otro lado, los procesos de digitalización de la televisión, el abaratamiento y simplificación de los procesos de creación que utilizan la imagen como soporte, así como la existencia de nuevos soportes para la imagen (tales como los teléfonos móviles e internet), junto con transformar a la industria televisiva y nuestra manera de relacionarnos con la televisión, están volviendo técnicamente posible la democratización del soporte audiovisual.

Sin embargo no hay que perder de vista que las múltiples posibilidades asociadas a las nuevas tecnologías y medios de comunicación no podrán desarrollar su promesa democratizadora si no existe una práctica diferente de los sujetos y por otra parte el Estado no asume un rol activo en la difusión de las nuevas tecnologías y en la generación de espacios para este cambio de prácticas:

El dilema de estas caóticas esferas públicas digitales es que están mal organizadas, a menudo son poco fiables, su alcance de audiencia es limitado y en aspectos importantes están excluidas de los debates políticos gubernamentales que reflejan la formulación de cuestiones y los programas políticos de medios de comunicación más tradicionales (Bennet: 2002: 250)

Este actual uso crítico de los medios de comunicación de masas no surge de la nada ni opera en el vacío. En los tres grandes núcleos de referencia de esta investigación –Europa, América del Norte y América Latina- existen desde hace décadas corrientes subterráneas de resistencia cultural surgidas de sectores populares o dominados que han venido pensando y gestando proyectos de comunicación alternativa. Es sobre este paisaje que emergen las nuevas experiencias de comunicación alternativa, reaccionando al cariz neoliberal que domina actualmente la globalización, pero en conexión con sus propias tradiciones de resistencia. A veces buscando respuestas en ellas, otras veces intentando superar los errores que en su momento no les permitieron avanzar y convertirse en polos de resistencia cultural más fuertes:

- En Europa, la tradición de comunicación alternativa tiene la particularidad de emerger principalmente como crítica de los medios de comunicación público – estatales durante los 60s y 70s. Es desde este punto que surgirá, primero, todo el movimiento de las radios libres y luego

también de teles libres y de televisiones sociales que buscaban representar las distintas sensibilidades presentes en la sociedad y que la lógica del discurso homogeneizador del Estado no permitía emerger en los medios de su titularidad. Con el tiempo, la mayoría de estas experiencias se fueron debilitando ya fuera por sus propias dinámicas internas o por la falta de apoyo institucional desinteresado. Otras se transformaron en experiencias de carácter comercial y finalmente otro grupo se decantó por la aceptación de la ayuda interesada del poder político. Estos dos núcleos constituyen parte importante de los circuitos de comunicación local que se mantienen vigentes en Europa.

- En Estados Unidos, la historia de la comunicación alternativa se enlaza con la lucha por los derechos civiles y ya en los 60s del siglo pasado recibe un fuerte empujón producto del desarrollo del video portátil, pero también de políticas de comunicación que permitieron la entrada de los videoactivistas (sus trabajos, enfoques e ideas) en los circuitos oficiales de televisión, a través de los canales de acceso público. Si bien este modelo empezó a mostrar sus falencias apenas había empezado a desarrollarse (tanto por las pretensiones artísticas individuales de los videoactivistas como por las políticas de comunicación cada vez más restrictivas con el acceso público), aún persiste un circuito de trabajo que ha aprovechado el desarrollo de las nuevas tecnologías para alcanzar una audiencia cada vez mayor y cada vez más conectada.

- La comunicación alternativa, popular o comunitaria, según distintas concepciones, fue parte del debate de los movimientos populares y también en el ámbito académico latinoamericano desde los 60, dando pie a experiencias como radios comunitarias o colectivos de cine, por señalar algunas (Vinelli y Rodríguez, 2004). Las derrotas sufridas por los movimientos populares como consecuencia de las dictaduras que asolaron el continente en los 70s y 80s provocaron un quiebre con esas experiencias y un vacío en el terreno teórico. Luego vino la década de la privatización y la desregulación, pero junto con ello la puesta en evidencia de los costos sociales y también culturales del proyecto neoliberal, (Brieger, 2002) crisis social desde la cual han comenzado a emerger una nueva generación de experiencias de comunicación alternativa.

Hasta aquí la referencia suscita a las tradiciones de acción e investigación desde las cuales emergen las experiencias.

Ahora bien, a modo de síntesis de la fundamentación diría que la relevancia y pertinencia de esta investigación pasa por su visibilización de un hecho social en pleno desarrollo: la disputa entre los discursos y prácticas de privatización y comercialización cultural dominantes versus discursos y prácticas culturales que están usando las nuevas tecnologías o los cambios en la industria de las tecnologías audiovisuales con un propósito crítico, de transformación y justicia social. Pasa por la contextualización de este conflicto cultural en una historia social y política, integrando así la dimensión simbólica y la dimensión material de la cultura, poniendo el foco tanto sobre los sujetos que llevan a cabo las experiencias como sobre las políticas de comunicación que las promueven o les ponen trabas. Finalmente, el foco sobre la televisión alternativa en un análisis comparado de carácter internacional, dada la relevancia social del soporte televisivo y la ausencia de estudios recientes con este tipo de unidades de análisis, hace todavía más pertinentes los resultados de la investigación.

Estructura del informe de tesis

El informe de la investigación doctoral está dividido de la siguiente manera:

Primera parte

Capítulo 1: *Metodología de la investigación*

En este capítulo se describen exhaustivamente los distintos componentes metodológicos de la investigación: objeto de estudio, enfoque, preguntas, objetivos, hipótesis, metodología, estrategias de recolección de datos, etc.

Capítulo 2: *Invisibilización de la comunicación alternativa. Propuestas de entrada y de salida*

El objetivo de este capítulo es posicionar el objeto de investigación en los “metadebates” de la teoría social y de la teoría de la comunicación, denunciando una invisibilización de la comunicación alternativa desde tres perspectivas: desde la historia social de la comunicación de masas, desde el sistema de medios y desde las teorías de la comunicación.

Capítulo 3: *Alternatividad: prospectiva y categorías de análisis*

A partir de la crítica sostenida en el capítulo anterior, este capítulo está estructurado desde una perspectiva al mismo tiempo analítica y propositiva. Por medio de un trabajo de reconstrucción histórica y teórica del campo de la comunicación alternativa, explico mi apuesta por lo que denomino un concepto enriquecido de tercer sector de la comunicación (TSC); en segundo lugar, abordo los desafíos que reporta el soporte audiovisual a una discusión sobre el TSC. Finalmente, propongo una serie de categorías por medio de las cuales se puede analizar la sustentabilidad de las experiencias del TSC.

Síntesis de la primera parte: en este apartado se presenta una descripción detallada del instrumento con el cual se va a realizar la recolección y posterior análisis comparado de los tres casos - países seleccionados, incluyendo dimensiones, categorías y parámetros, así como el punto con el cual están relacionados con el marco teórico presentado en los capítulos 2 y 3.

Segunda parte

Capítulo 4: *España*

En este capítulo se presenta el caso español, siguiendo el esquema propuesto a través del instrumento de recolección de datos.

Capítulo 5: *Estados Unidos*

En este capítulo se presenta el caso estadounidense, siguiendo el esquema propuesto a través del instrumento de recolección de datos.

Capítulo 6: *Venezuela*

En este capítulo se presenta el caso venezolano, siguiendo el esquema propuesto a través del instrumento de recolección de datos.

Síntesis de la segunda parte: en este apartado se presentan dos cuadros de datos; el primero de ellos constituye una tabla resumen comparativa de los casos en virtud del mapa de categorías y variables; el segundo es una línea del tiempo comparativa con los principales hitos históricos de

cada caso.

Tercera parte

Capítulo 7: *Análisis y conclusiones*

Como análisis, el capítulo incluye la problematización de la información acumulada en virtud del marco teórico, las preguntas de investigación, los objetivos y las hipótesis. Las conclusiones se componen de un conjunto de inferencias que se desprenden del análisis y de un conjunto de recomendaciones referidas a la sustentabilidad de las experiencias de televisión alternativa y del tercer sector de la comunicación desde el punto de vista de la labor de las políticas de comunicación y de las organizaciones y movimientos sociales que las sustentan.

PRIMERA PARTE

Capítulo 1. Metodología

Objeto de estudio de la investigación: televisión alternativa y tercer sector de la comunicación

El objeto de estudio de esta tesis doctoral es la **televisión alternativa** y su **sustentabilidad**, entendiendo por alternativas a aquellas experiencias de televisión que se desarrollan a partir de un diagnóstico crítico de los grandes medios; de su concepción de la audiencia, de sus formas de gestión y de su representación de los grupos sociales con menos poder en la sociedad, así como de sus contenidos y temas de interés. Diagnóstico crítico que en su dimensión afirmativa se expresa a través de la constitución de un espacio diferenciado de comunicación, que se aparta de los intereses partidistas de la televisión pública estatal y de los intereses lucrativos de la televisión privada comercial, con el propósito de presentar y representar a las bases sociales desde sus propias condiciones de existencia. Se trata de experiencias de comunicación concebidas como alternativas tanto por sus contenidos, como por su praxis.

Aunque la televisión alternativa coincide en muchas de sus características con las experiencias de televisión comunitaria o local, no se refiere necesariamente al mismo fenómeno, puesto que para ser alternativas estas experiencias de TV deben contar con un componente crítico. Más bien el concepto de televisión alternativa que se utiliza en esta investigación está relacionado con el de tercer sector de la comunicación y, más específicamente, el de tercer sector audiovisual (TSA).

Para llegar a esta conceptualización se hizo un seguimiento histórico al debate sobre la comunicación alternativa. De allí emergieron distintos conceptos que remiten a sinónimos o requisitos que esta debiera cumplir: participación, contrainformación, autonomía, entre otras. Esta diversidad de conceptualizaciones planteaba una cierta dificultad para la definición del objeto de estudio. Sin embargo, también era necesario adoptar una posición ante esta dificultad.

Es así como tras la descripción de adjetivos y atributos en torno a la comunicación alternativa, se optó por señalar que -más allá de la etiqueta que se les atribuyera- la característica clave de la comunicación alternativa era su propósito de transformación del orden social hegemónico, entendiendo por ello un cuestionamiento del orden social que estos medios promueven y legitiman con cada una de sus opciones de contenidos, de temas, de actores y sectores

relevantes.

Un propósito de transformación que, para ser considerado como tal, no habría de descansar solamente en el discurso, sino en la dialéctica entre este y una praxis social transformadora, que se expresaría en un cambio en las jerarquías de acceso a la emisión de discursos y en las consecuencias de este cambio en los enfoques, temas y protagonistas del mensaje.

El concepto de tercer sector surge históricamente como un nuevo referente asociado a la crisis del estado de bienestar y la constatación de la incapacidad tanto del Estado como del crecimiento económico (Mercado) para satisfacer las distintas demandas de los ciudadanos: un espacio de sensibilidad social, donde las personas se organizan de manera horizontal y colaborativa para alcanzar objetivos relacionados con la solidaridad, la participación o el altruismo (Jérez, 1998). Su ámbito de origen son más bien la economía y la política.

Aplicado al ámbito de la comunicación –en este caso, televisión-, la idea de un tercer sector hace referencia a medios de comunicación que surgen como iniciativas de la sociedad civil para presentar en el espacio público todos aquellos temas de interés que no son representados (o distorsionadamente presentados) por los medios vinculados a las empresas privadas o a los partidos políticos (que vendrían a constituir los otros dos sectores de la comunicación). Estas experiencias devienen alternativas en la medida que contribuyen a llenar el vacío impuesto por el sistema oficial de medios que -bajo el predominio de la doctrina neoliberal- se encuentra hoy permeado profundamente por intereses privados y partidistas que buscan convertirse en la única opinión pública legítima.

Aunque el concepto de TSC emerge desde un determinado contexto histórico, se trata de un concepto abarcativo e ilustrativo, por lo que tiene la capacidad de incluir como expresiones del mismo espíritu a aquellos proyectos televisivos que se autodenominan populares, comunitarios, ciudadanos, radicales o autónomos. Más importante que la etiqueta de estas experiencias es su origen de base y su propósito crítico – transformador.

Enfoque de investigación: cualitativo

Esta investigación se enmarca dentro del enfoque cualitativo. Este se caracteriza por su carácter exploratorio y poco estandarizado, lo cual se ajusta adecuadamente al objeto de estudio y a los

objetivos que guían la investigación.

La orientación metodológica cualitativa no suele partir del planteamiento de un problema específico, sino de un área problemática más amplia en la cual puede haber muchos problemas entrelazados que no se vislumbrarán hasta que no haya avanzado suficientemente la investigación.

Las principales características del enfoque cualitativo pueden describirse así:

- Exploratorio: se utiliza primordialmente para descubrir y refinar preguntas de investigación. No necesariamente busca comprobar hipótesis.
- Descriptivo: con frecuencia se basa en métodos de recolección de información sin medición numérica, tales como descripciones y observaciones. Su propósito de fondo es ‘reconstruir’ la realidad tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido.
- Flexible: por lo regular las hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y éste es más bien flexible, se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría.
- Dialéctico: no omite el lugar del propio investigador en el proceso de investigación, reconociendo una relación de conformación mutua entre las preguntas del investigador y el objeto investigado. Asume que en la investigación científica no existe la observación neutra ni la objetividad.
- Sistémico: observa los fenómenos en su contexto y como un todo, separando sus componentes sólo con propósitos analíticos (Atkinson y Hammersley, 1994).

En el ámbito de la televisión alternativa no existen estudios comparativos entre países que a su vez supongan un análisis en profundidad de factores internos como contextuales. Tampoco existen estudios que utilicen este tipo de información como punto de partida para el establecimiento de inferencias sobre la comunicación alternativa ni tampoco para el establecimiento de políticas de comunicación que apoyen el fortalecimiento de un tercer sector de la comunicación.

Ante este diagnóstico, la presente investigación se propone explorar -con la mayor profundidad que permitan los datos disponibles- en cuatro factores que se consideran claves para explicar la mayor o menor sustentabilidad de las experiencias de televisión alternativa, reclamando asimismo que desde la investigación cualitativa es posible la realización de inferencias y de orientaciones de políticas públicas sobre el tema. Sin embargo, no debe perderse de vista que esta es una investigación eminentemente exploratoria: eso justifica el acercamiento holístico al fenómeno, así como las eventuales diferencias en los niveles de información existentes entre unas experiencias y otras, así como entre los casos. El establecimiento de un mapa de categorías y variables para presentar los casos está pensado precisamente para hacerlos comparables entre sí a pesar del carácter exploratorio de la información recolectada.

Preguntas de investigación

Para King, Keohane y Verba (1994) un proyecto de investigación tiene que plantear una pregunta “importante” para el mundo real. Al mismo tiempo tiene que ser una aportación concreta a lo escrito en un área académica identificable, que permita aumentar la capacidad colectiva de dar explicaciones científicas verificables sobre algún aspecto del mundo. Para poder hacer unas preguntas que cumplan con ambos requisitos, es necesario situar el estudio dentro del marco de la bibliografía científica existente.

Al revisar la bibliografía existente, una de las primeras cosas que saltaba a la vista es que no existía ninguna investigación aplicada reciente sobre experiencias de televisión alternativa. Después de ese primer hallazgo, también se fueron haciendo evidentes los siguientes:

- Un divorcio entre una teorización sobre la comunicación alternativa de gran complejidad conceptual y analítica (particularmente producida entre los 70s y los 80s), que coexistía con una escasa investigación aplicada, particularmente notoria en el caso de la televisión.
- Una producción teórica sobre comunicación alternativa que no terminaba de encajar con la producción teórica sobre el ámbito de la cultura.

- Ausencia de investigación aplicada sobre sustentabilidad interna de las experiencias de televisión alternativa.
- Ausencia de investigaciones que integraran el análisis de la sustentabilidad interna de las experiencias de comunicación alternativa con las políticas de comunicación que pudieran asegurar su sustentabilidad con respecto al sistema de medios.
- Ausencia de investigaciones enmarcaran la situación de las experiencias de televisión alternativas con sus contextos sociales, históricos y culturales.

Dado este diagnóstico, se plantearon como preguntas de investigación las siguientes:

¿Qué marco teórico resulta pertinente para comprender la televisión alternativa como una expresión simbólica y material de la cultura?

¿Qué dimensiones y categorías son pertinentes para analizar comparativamente la televisión alternativa, en pos del fortalecimiento de este tipo de experiencias?

¿Cuál es el aporte distintivo de las experiencias de televisión alternativa a la consecución de un sistema de medios más plural, participativo y representativo?

¿Cómo se puede fortalecer el tercer sector de la comunicación y las experiencias de televisión alternativa?

Objetivos de la investigación

El objetivo general de la investigación es analizar las fortalezas y debilidades que determinan la sustentabilidad de la televisión alternativa desde una perspectiva epistemológica que integre herramientas teóricas provenientes de la sociología, la historia, la política y la comunicación.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Establecer un conjunto de dimensiones y categorías relevantes para el análisis de la televisión alternativa, que consideren los distintos factores que influyen en su

sustentabilidad.

- Seleccionar y describir un conjunto de tres casos de televisión alternativa en base a las dimensiones y categorías previamente establecidas.
- Analizar y comparar los tres casos en base a las dimensiones y categorías señaladas.
- Desarrollar una línea de propuestas para el fortalecimiento interno de las experiencias de televisión alternativa.
- Desarrollar una línea de propuestas para el fortalecimiento de las experiencias de televisión alternativa posibles de implementar como políticas de comunicación.

Proposiciones e hipótesis de trabajo

Dado su carácter exploratorio, la investigación cualitativa no exige hipótesis en un sentido estricto. Sin embargo, admite el planteamiento de proposiciones de trabajo que el investigador o investigadora utiliza como guía para no perder de vista los objetivos de ésta.

El horizonte de la investigación es el fortalecimiento de las experiencias televisivas del tercer sector de la comunicación. Para ello, se propone indagar en los factores que inciden en la sustentabilidad de las experiencias. De esta manera, la proposición que guía esta investigación es que los factores claves para determinar el grado de sustentabilidad de las experiencias de TV alternativa son cuatro:

- La **sociedad civil** que opera como contexto desde el cual emerge y sobre el cual se sustentan las experiencias. Su densidad democrática y su capacidad para trabajar conjuntamente en la demanda de mejores condiciones de desarrollo para los medios del tercer sector de la comunicación es un factor que puede marcar diferencias importantes entre distintos países.
- Las **políticas de comunicación** que establecen los Estados y que afectan por acción o por omisión a las experiencias de TV alternativa. Las políticas de comunicación son el resultado del juego de intereses entre sectores público-partidistas, privado-comerciales y

sociales-participativos. El poder e influencia que tenga cada uno de estos sectores en los debates públicos y en la toma de decisiones dentro de un país, va a determinar el tipo de políticas de comunicación resultantes y el modo en que ellas van a implicar facilidades o restricciones para el desarrollo de un tercer sector de la comunicación.

- La **dialéctica entre la dimensión popular y la dimensión masiva de la cultura** que se expresan en el lenguaje y los contenidos que las experiencias de TV alternativa producen y/o transmiten. La televisión alternativa se nutre de un soporte de la industria cultural de masas, pero intentando recuperar aquellos elementos más conflictivos que la televisión ha desactivado de la cultura popular desde la cual emerge (crítica lúdica de la dominación, expresión de colectivos excluidos y socialmente marginados).
- La **organización interna** de las experiencias, que incluye aspectos como el modelo de participación, los tipos de liderazgos, las estrategias de financiamiento, así como la distribución de la toma de decisiones y de los conocimientos especializados. El análisis de este factor permite conocer la relación entre la macropolítica discursiva de las experiencias y la micropolítica cotidiana, la coherencia entre praxis y discurso y el modo en que esta relación va a determinar la fortaleza o debilidad de una experiencia.

A modo de síntesis, la proposición general que guía la investigación es la siguiente:

El modo en que se desarrollen y relacionen las dinámicas internas de las experiencias con el contexto histórico, social y político; así como con factores materiales o simbólicos, va a incidir en distintos niveles de sustentabilidad de las experiencias del televisión alternativa y en distintas estrategias para aumentar ésta, tanto a nivel de experiencias y casos, como del tercer sector de la comunicación en general.

La metodología de investigación aplicada: el estudio de casos

Los objetivos, las preguntas de investigación y las hipótesis planteadas han ido determinando las estrategias y procedimientos metodológicos.

El método que se ha escogido para llevar a cabo la fase empírica de esta investigación es el estudio de casos. Aunque muchas veces ha sido estereotipado como “hermano débil” entre los

métodos de las ciencias sociales, el estudio de casos constituye la opción más idónea para acercarse al objeto de interés de esta investigación; esto es, las experiencias de televisión que constituyen el tercer sector de la comunicación en tres países: España, Estados Unidos y Venezuela.

Esta idoneidad del estudio de casos como método se haya en las siguientes características:

- Es la mejor opción para examinar eventos contemporáneos sobre los cuales el investigador no puede ejercer un control (por tratarse de procesos sociales en curso).
- Conviene usarlo cuando uno desea cubrir deliberadamente las condiciones contextuales, por creer que son pertinentes para el estudio.
- Es un método de investigación que puede lidiar con una cantidad grande y diversa de evidencias, que puede incluir tanto datos cualitativos como cuantitativos, resultados de la observación directa como datos secundarios y resultados de otras investigaciones (Yin, 1994).

Finalmente, tal como sugiere Hallin y Mancini (2008: 5), el estudio de casos parece ser particularmente provechoso de utilizar en el ámbito de la comunicación, pues al tener la capacidad de incrementar la visibilidad de una estructura (nacional) en comparación con otra, permite comprender mejor la relación entre el sistema de medios de un país y su contexto tanto social como político.

Descripción de los casos y experiencias consideradas

En el presente trabajo se han investigado las **experiencias** de TV alternativa más significativas presentes en 3 países: España, Estados Unidos y Venezuela. Cada país constituye un **caso** compuesto de 2 o 3 **experiencias**. La investigación se ha llevado a cabo teniendo en cuenta el contexto sociocultural y político nacional, el funcionamiento del sistema de medios con especial referencia a la televisión y el modo en que dentro de este contexto surgen y se desarrollan las experiencias.

La selección de estos países estuvo determinada por el contraste existente entre ellos con

respecto a las variables contextuales y el modo en ello incidía en el dispar desarrollo de las experiencias de televisión alternativa existentes a nivel nacional. En virtud de lo anterior, los tres países representan distintos momentos de la sustentabilidad de la televisión alternativa.

El caso español es interesante porque se enmarca en el desarrollo de las experiencias de televisión alternativa de la tradición europea, caracterizada por la relevancia histórica del servicio público así como por las experiencias de los medios libres (y su crisis de sentido a raíz del cariz profesionalizante que experimentaron en su mayoría durante los 90s). Si a esto agregamos el contexto estatal de una cultura democrática joven y el desorden legislativo en comunicación, se obtiene un caso que resulta interesante por las dificultades institucionales en las cuales se encuentran las experiencias analizadas. España refleja, en este sentido, la experiencia de una gran cantidad de países donde las experiencias de televisión alternativa se encuentran en una fase de sobrevivencia, sin un marco institucional de apoyo y básicamente sustentadas por la fortaleza interna.

El caso estadounidense destaca por su tradición comunicacional basada en el activismo, en un contexto cultural altamente competitivo, históricamente orientado a la privatización y la comercialización, pero que coexiste al mismo tiempo con una sociedad civil fuertemente organizada y que sustenta por sí misma un cúmulo de experiencias no lucrativas de diverso carácter, incluidas aquellas relativas a la comunicación. Los logros y avances de la televisión alternativa en este caso son resultado de luchas históricas dadas hace unos 35 años y que desde hace por lo menos unos 15 años vienen siendo sistemáticamente recortadas por un poder político notoriamente proclive a los intereses del sector privado. En este sentido, Estados Unidos es un buen ejemplo de la situación de reflujo que padecen muchas experiencias de televisión alternativa o del tercer sector, principalmente en los países desarrollados, que consiguieron avances en el contexto del Estado de Bienestar pero que han venido padeciendo un recorte sistemático de beneficios con el advenimiento del neoliberalismo, que ha ido permeando las distintas dimensiones de la vida social.

Finalmente, el caso venezolano es atractivo de seguir por tratarse en un país del sur que está viviendo un proceso social y político completamente novedoso, donde los medios de comunicación comunitarios han jugado un rol clave en la defensa de la democracia y las políticas de comunicación implementadas durante los últimos años (democratización del espectro radioeléctrico, garantías de sustentabilidad para los medios comunitarios) van en una

dirección completamente opuesta a la de los países desarrollados (privatización, concentración, mercantilización). En contraste con los otros dos casos, Venezuela representa las posibilidades de materialización de las condiciones que permitan el desarrollo de un tercer sector de la comunicación, incluso en un contexto global completamente a contrapelo.

En síntesis, podría decirse que los casos representan distintas fases de la institucionalidad vinculada a las condiciones de sustentabilidad: previa en España, posterior en Estados Unidos y actual en Venezuela. Desde estos distintos momentos vitales, las experiencias y los casos pueden entregar pistas a las experiencias de televisión alternativa de otros países -e incluso entre los mismos casos de la investigación- y que se encuentren en alguna de estas fases, para afrontar las condiciones institucionales estatales y aprovecharlas para el propio desarrollo y fortalecimiento. Por esta razón, es preciso aclarar que ni las experiencias ni los casos han sido elegidos por un criterio de éxito. Por el contrario, se ha intentado presentar experiencias y casos que se encuentran en distintos momentos de desarrollo y fortaleza.

De manera específica, las experiencias que constituyen cada caso son las siguientes:

El caso español está compuesto de tres experiencias con un origen y trayectoria disímil. Se trata de Tele K de Madrid; La Tele de la Asamblea de la Comunicación Social (ACS) de Barcelona y la Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía EMARTV, de Andalucía. Mientras Tele K presenta varias de las características paradigmáticas de una televisión comunitaria al estar inserta dentro de un barrio popular con larga tradición de asociatividad (Vallekas), La Tele se asemeja más al prototipo de la tele libre, dada su filosofía de apropiación colectiva del espectro radioeléctrica, demandando un medio de comunicación para los movimientos sociales de Barcelona, de titularidad pública y gestionado desde la sociedad civil; por su parte, EMARTV constituye un ejemplo de trabajo de producción en red con una orientación comunitaria y participativa, utilizando como soporte para ello las radios y televisiones municipales de Andalucía.

El caso estadounidense está compuesto de tres experiencias articuladas entre sí, que son Paper Tiger TV (PTTV), Deep Dish TV (DDTV) y Freespeech TV (FSTV). PTTV es un colectivo videísta abierto, voluntario y sin fines de lucro, localizado en Nueva York. DDTV, por su parte, es un colectivo de productores de video y activistas comunitarios interesados en utilizar la tecnología del satélite para hacer más eficiente y masiva la distribución de programas

producidos a nivel local o de carácter independiente. Deep Dish es hija de Paper Tiger: surge del interés de esta última por construir una infraestructura y una audiencia nacional para la producción destinada a los canales de acceso público. Ambas experiencias constituyen antecedentes de FSTV, el primer canal dedicado exclusivamente a contenidos progresistas en Estados Unidos y que transmite a través del sistema satelital.

El caso venezolano está compuesto de dos experiencias articuladas entre sí: Catia Tv y Vive TV. Catia TV constituye la experiencia de tv comunitaria más importante de todas las que existen actualmente en Venezuela, ya sea por su trayectoria, legitimidad o alcance. Su surgimiento y posterior desarrollo está profundamente vinculado a los procesos sociales que pusieron de manifiesto la crisis política y social que explica el ascenso y posterior triunfo de Hugo Chávez en 1999; asimismo, sus miembros jugaron un rol clave para el golpe de Estado del 2001, al ayudar a recuperar las dependencias del canal estatal que habían sido clausuradas por partidarios del alzamiento golpista. Vive TV, en tanto, es una televisora de alcance nacional y financiamiento estatal, pero que busca replicar a nivel de país muchas de las ideas ya germinales en Catia TV, al concebirse como una *mega* televisora comunitaria, tanto por las temáticas que plantea como por los contenidos que constituyen la base de su programación y que provienen de los distintos canales comunitarios existentes a lo largo y ancho del país. Esta continuidad entre ambas experiencias tiene también otra expresión concreta en la figura de Blanca Eekhout, primera directora de Catia TV y actual directora de Vive TV, lo cual expresa de alguna manera la continuidad en un estilo de gestión y de dirección.

Los datos y su recolección

Para que un estudio de casos sea ejemplar, tiene que estar completo. Esto quiere decir, que se ha puesto adecuada atención a la relación entre el fenómeno y su contexto y se ha realizado un esfuerzo exhaustivo para coleccionar la evidencia relevante, de manera que el final de la etapa de recolección no corresponde a condiciones externas a la investigación, sino a decisiones internas de esta (Yin, 1994).

Para conseguir lo anterior se requiere la recolección de muchos datos, tanto primarios como secundarios. Se denomina datos primarios a aquellos que se obtienen directamente de la realidad, a través de instrumentos escogidos y procesados por quien realiza la investigación. Por su parte, se llama datos secundarios a aquellos que han sido escogidos y procesados

previamente por otros investigadores/as.

Los datos primarios se recogieron a través de entrevistas y observación participante. Los datos secundarios, por su parte, se recogieron a través de documentación diversa, incluido material audiovisual generado por las propias experiencias.

Los datos recolectados, en toda su variedad y especificidad, han servido para articular y fundamentar el capítulo correspondiente a cada caso.

Datos primarios

a) Entrevistas: Para cada caso nacional se realizaron entre 5 y 10 entrevistas semi-estructuradas a informantes claves, tanto por su participación en las experiencias concretas que se estaban analizando como por su incidencia académica o política en el caso. El listado de entrevistados se presenta a continuación:

Caso España

<i>Javier García</i>	Miembro fundador de la Red Estatal de Medios Comunitarios, REMC
<i>Carme Mayugo</i>	Miembro fundadora de La Tele de la Asamblea de la Comunicación Social
<i>Francisco Pérez</i>	Director de Tele K
<i>Patricia Picazo</i>	Investigadora en televisión local y ex colaboradora de Tele K
<i>Manuel Chaparro</i>	Director General de EMARTV

Caso Estados Unidos

<i>Denisse Andrade</i>	Activista de Paper Tiger TV
<i>Julie Hollar</i>	Miembro del equipo de investigación del observatorio de medios FAIR
<i>Brandon Jourdan</i>	Miembro del directorio de Deep Dish TV
<i>Peter Kinoy</i>	Uno de los creadores del Media College de la University of the Poor
<i>Marty Lucas</i>	Responsable del dpto. de tecnología del canal de acceso de Manhattan (MNN)

<i>Ana Nogueira</i>	Miembro del equipo de producción de <i>Democracy Now!</i>
---------------------	---

Caso Venezuela

<i>Thierry Deronne</i>	Vicedirector de Vive TV
<i>Olga Dragnic</i>	Investigadora en comunicación
<i>Blanca Eeckhout</i>	Directora de Vive TV y VTV
<i>Sheyla Mago</i>	Directora de programación de Vive TV
<i>Ricardo Márquez</i>	Director de Catia TV
<i>Fernando Pinto</i>	Miembro de la Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos (ANMCLA)
<i>Mauricio Rodríguez</i>	Viceministro de Estrategia comunicacional del Ministerio de Com. e Información
<i>Vilmar Zavala</i>	Ex miembro de Catia TV y academica de la Universidad Bolivariana
<i>José Luis Saldivia</i>	Miembro de la productora Panafilms
<i>Abraham Moreno</i>	Miembro de TV Petare

En cada caso, se abordaron preguntas relacionadas ya fuera con las experiencias a las cuales pertenecían los entrevistados o con su perspectiva respecto del caso en general. La diferencia en el número de entrevistados por caso estuvo relacionada tanto con la facilidad de acceso a estos, así como por su complementareidad con la información obtenida por medio de otras fuentes primarias como secundarias relacionadas con el caso.

b) Observación: se llevó a cabo observación participante en La Tele de la Asamblea de la Comunicación Social de Barcelona entre marzo de 2006 y diciembre de 2007, participando como miembro activo de la experiencia a través de la asistencia a las asambleas semanales, representando a la experiencia (junto a otros miembros) en los encuentros de la Red Estatal de Medios Comunitarios (REMC), así como colaborando en la elaboración del archivo audiovisual y de la programación. Se optó por esta técnica de recolección de datos por considerar que permitía ganar acceso a actividades y personas que de otra manera habrían sido de difícil acceso y también para contrastar los discursos de las entrevistas con la realidad cotidiana de las experiencias.

Aunque no se pueden considerar ejercicios de observación en sentido estricto, es preciso señalar que durante febrero de 2005 se visitaron las dependencias de Catia TV y Vive TV en Caracas, mientras que durante septiembre de 2005 se visitaron las dependencias de Paper Tiger TV, Deep Dish TV, Manhattan Neighborhood Network (MNN), FAIR y Democracy Now! en Nueva York. En el caso de Estados Unidos se visitó y entrevistó no sólo a miembros de las experiencias, sino también del circuito general de comunicación alternativa existente en este país y particularmente el que tiene su sede en Nueva York, dada la relevancia que tiene este circuito como sostén de apoyo y de trabajo histórico en red con las experiencias analizadas.

Datos secundarios

a) análisis documental: como datos secundarios se recogieron notas de prensa, documentos administrativos, estudios y evaluaciones previas de las experiencias y casos en estudio. El motivo más importante para utilizar estas fuentes es corroborar y aumentar la evidencia.

b) Revisión de producciones audiovisuales: para tener un acercamiento al tipo de lenguaje, enfoque y contenidos emitidos por las experiencias, se hizo una revisión somera (por lo tanto, no exhaustiva sino más bien indicativa) de las producciones propias y externas que han formado parte de las experiencias analizadas. Algunos de estos contenidos se revisaron vía VHS o DVD, mientras otras fueron posibles de ser observadas directamente a través de internet, via streaming.

Cada una de estas fuentes de recolección posee fortalezas y debilidades. En general, los datos recolectados de fuentes primarias están más controlados por quien investiga -lo que implica tanto mayor focalización en los tópicos de interés como mayor posibilidad de sesgo-, mientras que los datos obtenidos de fuentes secundarias están más dispersos y son más imprecisos, pero por esta misma razón están menos sujetas a los sesgos subjetivos de quien investiga.

Análisis de datos y generación de teoría

El aporte científico de la investigación se define por el avance que significan sus hallazgos para el campo dentro del cual se ha trabajado y el modo en que ello implica modificaciones, transformaciones o nuevas proposiciones teóricas dentro del campo. En este momento entra a participar en la investigación el concepto de *inferencia*.

El propósito final de toda investigación es la extracción de *inferencias* a partir de la información empírica que se ha recogido. Una inferencia consiste en utilizar estos datos empíricos inmediatos para decir algo sobre aquello que no se observa directamente, pero que forma parte del mismo campo o tema de investigación.

Esta investigación sostiene la posibilidad de realizar inferencias científicas a partir de un estudio cualitativo. El camino que se ha elegido aquí para ello es la triangulación, entendida como la utilización de distintos puntos de referencia para analizar el objeto de estudio. En este caso, la triangulación se ha llevado a cabo entre las bases metodológicas de la investigación (preguntas, objetivos, hipótesis), el marco teórico y los hallazgos provenientes del estudio de casos. Aunque el estudio de casos implique privilegiar la profundidad por sobre la cantidad, eso no excluye la posibilidad de realizar inferencias y establecer generalizaciones científicas, toda vez que ellas siempre son generalizables a proposiciones teóricas y no a poblaciones o universos (concepto de generalización analítica). Es la posibilidad de realizar este tipo de inferencias la que permite dar mayor legitimidad a las recomendaciones con las que se cierra esta investigación.

Las fases de la investigación

Esta investigación tiene un componente teórico / histórico y un componente empírico. Para llegar a la fase aplicada ha sido necesario el establecimiento de un marco teórico e histórico de referencia que le pudiera dar el sustento necesario. Las distintas fases de la investigación se describen a continuación:

1. Establecimiento de un marco teórico de referencia: esta fase incluyó el seguimiento del estado del arte de los debates en teoría social y teoría de la cultura pertinentes al tema de investigación; en un segundo nivel, incluyó el seguimiento de los principales debates en torno a la comunicación alternativa en general y la TV alternativa en particular. El objetivo de esta fase era desarrollar las preguntas de investigación, los objetivos y las hipótesis dentro de los parámetros de las ciencias sociales y de la comunicación.

2. Levantamiento de datos secundarios: fase de recolección de información y datos sobre el contexto social, cultural, político y comunicacional de los países que constituyen los casos, así

como sobre los casos seleccionados.

3. Levantamiento de datos primarios: entrevistas en terreno a informantes claves (personas que participan de las experiencias, académicos, investigadores, *policymakers*).

4. Desarrollo de un mapa de categorías y variables para el estudio de casos: fase de establecimiento de las dimensiones, categorías y parámetros que servirán para presentar y comparar los casos seleccionados. Constituye un instrumento de sistematización de los datos recolectados de los distintos casos, cuyo objetivo es hacer comparables los casos entre sí.

5. Presentación de los casos: descripción de cada caso en virtud de las dimensiones, categorías y parámetros establecidos, incluyendo datos secundarios y resultados de entrevistas.

6. Análisis de los casos: análisis de los casos por medio de un proceso de triangulación.

7. Conclusiones: síntesis de inferencias que se desprenden del análisis y que se refieren a la sustentabilidad de las experiencias de televisión alternativa y del tercer sector de la comunicación desde el punto de vista de la labor de los hacedores de políticas, las televisiones alternativas como organizaciones y los movimientos sociales que las sustentan.

Los sesgos de la investigación

La pregunta por los sesgos del investigador permean siempre cada fase de la investigación: desde la elección del objeto y las hipótesis, hasta el modo en que han recolectado los datos. La opción que se toma en esta investigación es reconocer la posibilidad de sesgos como una realidad ineludiblemente humana y más bien optar por recolectar a través de diversas fuentes la mayor cantidad posible de evidencia (tanto la que apoye como la que cuestione las hipótesis de investigación). Otra estrategia que se utilizó fue plantear a los miembros de las experiencias los propios dilemas y dudas, ya fuera mediante las entrevistas como por medio de la observación.

**Capítulo 2. Invisibilización de la comunicación alternativa.
Propuestas de entrada y de salida.**

El objetivo de este capítulo es posicionar el objeto de investigación en los “metadebates” de la teoría social y de la teoría de la comunicación, denunciando una invisibilización de la comunicación alternativa (entendida como la acción de volverla invisible) al menos en tres dimensiones: dentro de la historia social de la comunicación de masas, dentro del sistema de medios y dentro de las teorías de la comunicación; es decir, como fenómeno histórico, como fenómeno comunicacional y como fenómeno teórico.

Hecha esta denuncia se hace una propuesta acerca de como abordar teóricamente las posibilidades de la comunicación alternativa como un hecho social sobre el cual es relevante y necesaria una reflexión multidisciplinar.

Comunicación alternativa y esfera pública

El concepto de esfera pública se instaló en la teoría social a partir del trabajo de Jürgen Habermas, *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. El propósito del autor era construir el concepto de esfera pública como un tipo ideal (en el sentido weberiano) mediante la observación y la interpretación de procesos sociales emergentes durante la modernidad en Europa. Habermas señaló que el desarrollo histórico de la cultura material burguesa había provocado la progresiva autonomía entre el sistema económico y el sistema político. Entre ambos emergía un ámbito social en el cual se reunían y exponían los intereses comunes (o públicos) de los sujetos privados en lo tocante a la regulación del mercado así como sus posiciones ante el poder político (Habermas, 2002). Este ámbito social era la esfera pública: un espacio público de discurso. Sin embargo, la base social originaria del tipo ideal construido por Habermas estaba compuesta exclusivamente de pequeños propietarios privados que convertían sus intereses privados en objeto de común raciocinio, lo cual terminó teniendo consecuencias sobre el tipo de esfera pública o el tipo de discursos que se pusieron en circulación dentro de ésta, ya que como señala Hanada:

Desde el punto de vista ideal, estas normas funcionan como principios de procedimiento sobre los que edificar las relaciones sociales de la sociedad civil (Zivilgesellschaft). Sin embargo, al mismo tiempo funcionan como ideología de la burguesía, patriarcal y dominada por la raza blanca en el mundo (Hanada, 2002: 145)

La argumentación de Habermas apuntaba a denunciar el declive histórico de su propio constructo de esfera pública: la separación entre el Estado y la sociedad civil -que había creado un espacio para la esfera pública burguesa- empezó a derrumbarse en la medida en que los Estados fueron asumiendo un creciente carácter intervencionista y en la medida en que los intereses de grupos organizados se convirtieron en parte constitutiva del proceso político. Al mismo tiempo que las instituciones que una vez ofrecieron un *forum* a la esfera pública burguesa (como la prensa, por ejemplo) o bien iban desapareciendo o sufriendo un cambio radical (Thompson, 1998). Todo eso habría constituido a un declive de lo público, en el cual los medios de comunicación de masas habrían tenido una importante responsabilidad. Todo lo anterior nos colocaba así ante una modernidad incompleta, incapaz de cumplir sus promesas de emancipación de otro modo que no fuera la recuperación del sentido original de constitución del espacio público como el lugar del intercambio dialógico.

El problema con la esfera pública propuesta por Habermas es que dejaba de lado lo que actualmente podríamos llamar con perspectiva histórica una esfera pública alternativa o contrapública, pero que en su momento constituían simplemente otras y diversas formas de discurso público y actividades sociales que existieron en la Europa de los siglos XVII, XVIII y XIX, formas que no pertenecían al mundo propio de la sociabilidad burguesa, a la que se oponían y de la que eran excluidas. Por el contrario, las relaciones entre esta esfera pública burguesa y los movimientos sociales populares eran con frecuencia conflictivas (Thompson, 1998: 103).

En el prólogo a la edición de 1990 de su libro, Habermas va a hacer un mea culpa a la exclusión analítica que había llevado a cabo previamente. Ahí reconocía la existencia de esferas públicas alternativas, contemporáneas de aquella esfera pública más oficial que él había convertido en base para su tipo ideal, las cuales tenían sus propias dinámicas. Según sus palabras,

Puede hablarse de “exclusión” en un sentido foucaultiano cuando estamos tratando con grupos cuyo rol es constitutivo para la formación de una determinada publicidad. Pero el término “exclusión” adquiere otro sentido menos radical cuando en las propias estructuras de la comunicación se forman simultáneamente varios foros donde, junto a la publicidad burguesa hegemónica, entran en escena otras publicidades subculturales o específicas de clase de acuerdo con premisas propias que no se avienen sin más (Habermas, 2002: 8)

Del mismo modo reconocía su potencial crítico y su capacidad de subvertir la dominación:

Es, por un lado, una variante de la publicidad burguesa, porque se orienta según su modelo. Pero, por otra parte, es algo más que eso, porque despliega el potencial emancipatorio de la publicidad burguesa en un nuevo contexto social. En cierto modo, la publicidad plebeya es una publicidad burguesa cuyos presupuestos sociales han sido superados. La exclusión de las capas bajas, movilizadas cultural y políticamente, provoca una pluralización de la publicidad en el mismo proceso de surgimiento. Junto a la publicidad hegemónica, y entrecruzada con ella, se forma una publicidad plebeya (Habermas, 2002: 8)

Según Waltz (2005), el hecho de reconocer que su análisis de la infraestructura de la esfera pública estaba anclada a los medios de masas subordinados a los intereses del capital o del Estado y abrirse a aquellas esferas públicas previamente no reconocidas, habría provocado en Habermas un cambio en su visión pesimista de lo público y que le habría permitido apreciar la pluralidad y diversidad de la *masa* pública, así como su capacidad de resistir las representaciones mediáticas de la sociedad y crear sus propias intervenciones políticas.

Si la comunicación de masas es un elemento constitutivo de las sociedades modernas, quiere decir que desde principios de la modernidad no sólo existía un espacio propio de expresión cultural de los sectores populares y oprimidos, sino también unos propios medios de comunicación de masas.

Al poner la vista (también) sobre las esferas públicas alternativas, Habermas pudo darse cuenta del modo en que estas se encontraban vinculadas con la cultura popular -la misma que la esfera pública burguesa denostaba-, constituyendo formas de expresión política de la misma, tanto por medios tradicionales como por los medios de comunicación de masas modernos. Williams también denunció en su momento el modo en que estos medios de comunicación *alternativos* - particularmente la temprana prensa radical- fueron completamente aislados de las formas preindustriales de la cultura popular en el análisis historiográfico, pasando a ser vistas simplemente como las precursoras de la moderna “prensa popular” comercial:

La propuesta de Williams era que las fuentes de los contenidos

característicos de la prensa popular moderna se pueden encontrar en las más antiguas y preindustriales formas de cultura popular más que en la supuesta degeneración relativa de las nuevas clases trabajadoras [Original en inglés] (Sparks, 1992: 74)

El mea culpa de Habermas y los trabajos de J. Thompson o de R. Williams dan sustento a la denuncia de que tanto desde la teoría social, la teoría política y la historiografía se ha construido una imagen ideal, fragmentada y homogénea de la esfera pública, que ha invisibilizado aquellos circuitos de debate y comunicación masiva en los cuales no sólo se denunciaba la exclusión por parte del sistema político burgués, sino también la conjunción de intereses entre este sistema político y los de la burguesía económica que circulaban por la esfera pública oficial.

Denunciar este ejercicio de invisibilización y proponer un análisis y un trabajo teórico que integre ambas esferas, nos permite un análisis de la esfera pública realmente existente más ajustado a la complejidad de la realidad histórica -con fuerzas e intereses moviéndose en todas direcciones, a veces incluso de manera contradictoria-, que abre horizontes para comprender más adecuadamente el origen y sentido de la comunicación alternativa. Para empezar, permite observar que la lucha por hacerse ver y oír por parte de diversos grupos y colectivos históricamente excluidos no es un aspecto periférico de la modernidad, así como tampoco lo es el deseo de acceder y apropiarse de los medios de masas para conseguirlo. No querer verlo es distinto a decir que no existe o que no representa una fuerza social: “mientras las formas dominantes de poder pueden ser apoyadas y reproducidas a través de la esfera pública, eso no significa necesariamente que las esferas contrapúblicas sean menos poderosas” (Jong, Shaw y Stammers, 2005: 10).

Los medios de masas poseen la capacidad de conectar a quien vive una situación de injusticia más allá del lugar inmediato en el cual este hecho ocurre. Al constituirse en los principales medios a través de los que los individuos adquieren información y pueden encontrar diferentes puntos de vista, los medios de masas juegan un papel determinante en el desarrollo de la democracia deliberativa (Thompson, 1998). Sin embargo, esta “promesa” propia de la modernidad está cada vez más alejada de los medios de masas que forman parte de la esfera pública oficial, aquella donde convive una pseudo cultura ilustrada con una cultura populista de raigambre comercial. En este sentido, los medios de masas de la esfera pública alternativa -con su particular apropiación de la cultura popular y de la cultura de masas- parecen tener más

herramientas con las cuales hacer efectiva esta promesa.

Comunicación alternativa y sistema de medios

La invisibilización de los medios alternativos y la visibilización de los medios público-gubernamentales y privado-comerciales como únicos medios realmente existentes se debe a estrategias políticas y también comerciales. En este punto, no hay diferencias entre el poder del Estado y el poder de los medios. Ambos tienen sus intereses puestos en esta estrategia.

Los Estados llevan a cabo este cometido tanto a través del discurso integrador-homogeneizador de los medios público - estatales como a través de la orientación que dan a sus políticas de comunicación.

Todos los estados poseen un dogma básico: la televisión es un medio público que tiene un rol que jugar en la representación y construcción de la nación (Bourdon, 2004). Por medio de ella se puede llegar a los últimos rincones de un país con los mensajes acerca de lo nacional, que se expresan no sólo en los géneros de realidad sino también en la ficción y en el entretenimiento. La TV pública se convierte en vehículo para la afirmación de la soberanía nacional en su dimensión más simbólica. Y aunque la intensificación de la globalización cultural y la crisis de las televisiones públicas pareciera contradecir este fenómeno, más bien lo que están haciendo es redefinirlo:

Lo que las mitologías de la globalización, la crisis de la televisión pública y la presión comercial global han construido no es una televisión global, sino solamente la proliferación de nuevas estaciones comerciales de televisión, tanto más o menos nacionales que sus iniciales contrapartes monopolíticas[...]. Cuánto contribuirán las estaciones comerciales privadas a los nuevos sentidos de identidad es estos territorios dependerá de la historia, de la economía y de la política [...]. Sin embargo, en muchos casos, la televisión comercial ha claramente elegido la nación como el correcto espacio de mercadeo [Original en inglés] (Bourdon, 2004: 105 - 106)

Ante este propósito, la promoción de una televisión o de un sector comunicacional que en vez de poner el acento en el consenso lo ponga en el conflicto o que en vez de ponerlo en la homogeneidad lo ponga en la diversidad que cuestiona el principio organizativo del Estado, no

va a tener nunca la misma relevancia ni las mismas facilidades ni la misma disponibilidad de recursos. Así, aunque el Estado debiera garantizar la diversidad de emisión, lo que hace en la mayoría de los casos es generar políticas de comunicación que no la favorecen, por medio de estrategias tales como la negación de un status jurídico o la imposición de restricciones para el autofinanciamiento a aquellos medios que no se encuentran vinculados a los grandes intereses políticos ni comerciales.

Por su parte, las empresas privadas que participan del sistema de medios, lo que hacen es utilizar a su favor el discurso sobre la libertad de expresión propio de la filosofía política liberal (dominante en el ámbito de la discusión sobre los medios de masas), limitándolo exclusivamente a la libertad de empresa.

De acuerdo a la filosofía política liberal los medios de comunicación de masas ejercerían un rol indispensable en las sociedades democráticas al constituir el principal espacio de cristalización y expresión de la opinión pública, cuyo rol es fiscalizar al poder. De allí la importancia de la libertad de prensa, en cuanto expresaría la calidad democrática de un régimen político y los medios de comunicación masivos como un espacio de deliberación en el cual se expresa en igualdad de condiciones la diversidad de opiniones existentes en la sociedad. En el discurso político liberal, libertad e igualdad se levantan como valores supremos. Pero la injusticia reinante convierte ambos valores en simple retórica, sin posibilidades de solución real (Hernández, 2005)

El problema es que la libertad de prensa que propugnan las democracias liberales es en realidad una defensa de la libertad de empresa y tanto su autonomía como su objetividad es sólo aparente. Los grandes medios de comunicación están vinculados a los sectores dominantes de la sociedad (en un sentido económico, social y cultural). Naturalizan el orden social existente (beneficioso para ellos), establecen un consenso funcional a estos grupos pretendiendo hacer pasar sus intereses privados como públicos y oscurecen las desigualdades sociales.

Ese periodismo industrial construido por minorías poderosas dentro de los países latinoamericanos es parcial, distorsionador, mercantil, superficial muchas veces, atomizador de la realidad; pero a la vez, firme sostenedor de un “orden” donde sus intereses son satisfechos [...] El periodismo de opinión crítico, orientador y de ideas aparece como el periodismo del

“desorden” y de lo “anormal” a nuestras sociedades (Reyes Matta, 1986: 105)

Los locutores de los medios americanos nunca se han detenido en el hecho de que la libertad de comunicar era el tema de la primera enmienda de la constitución americana al grado que, históricamente, esa enmienda ha llevado a gente tanto dentro como fuera de los Estados Unidos a ejercer la comunicación rebelándose contra las estructuras del poder [...] Pero desde el comienzo, bajo el supuesto que las mujeres, los afroamericanos y los nativos americanos (por lo menos) no eran actores de la esfera pública, la constitución fue crucialmente deficiente [original en inglés] (Downing, 1984: 3)

Desde esta concepción de libertad negativa (definida a partir de la no – interferencia) toda política de comunicación que promueva mínimamente aquellos medios alternativos que sobreviven en los márgenes, es vista como una expresión de intervencionismo y incluso de totalitarismo. Sin embargo, pareciera que la influencia que pueden ejercer los intereses económicos en la configuración del sistema de medios (a través de los anunciantes, por ejemplo) no son apreciados con el mismo criterio:

Los medios de comunicación que históricamente han sido una especie de contrapoder frente al poder político, tienden cada vez más a identificarse con los demás poderes, en particular con el económico. La búsqueda desenfadada de la publicidad los coloca, a menudo, en situación de dependencia frente a los anunciantes que se convierten en una especie de propietarios invisibles. Ello conduce a que la misión informativa desaparezca progresivamente de los órganos de la prensa escrita y audiovisual (Hernández, 2005: 10)

Finalmente, el discurso optimista que predomina en torno a las nuevas tecnologías, también contribuye a la invisibilización de la comunicación alternativa dentro del sistema de medios. Hoy día no se puede negar que internet ha transformado a la televisión en aspectos relacionados con el lenguaje audiovisual o en el ámbito de la interactividad; tampoco se puede dejar de mencionar la cantidad de experiencias sociales y no-lucrativas que tienen presencia en la red.

Pero la creencia en que las nuevas tecnologías van a traer por sí solas la democratización de la

comunicación, aísla el fenómeno tecnológico de su dimensión política y de su dimensión histórica: una nueva tecnología no basta para cambiar la forma en que se ha organizado una sociedad ni su sistema de medios. De ahí que sea necesario pensar de manera conjunta los medios de comunicación nuevos y los clásicos (Wolton, 2002).

Si bien es predominante el discurso que ve en las nuevas tecnologías una herramienta al servicio de la libertad, de la creación y de la solidaridad, la actual revolución tecnológica por sí sola no logrará que las relaciones sociales sean más justas e igualitarias. Si esto no ha ocurrido antes con otros medios que en su momento también fueron revolucionarios, tampoco ocurrirá automáticamente ahora. El resultado dependerá siempre de la capacidad de influir en la toma de decisiones por parte de los actores y sectores interesados. Y en este punto, un aspecto clave, es la influencia que pueden ejercer grupos o sectores con intereses prosociales, en los debates y en la redacción de las políticas de comunicación.

Porque si a pesar de todas sus promesas, los principales beneficiados hasta ahora (en términos de poder e influencia) con las nuevas tecnologías han sido los grandes grupos multimedia, esa tampoco es una consecuencia obvia. Al reubicar el desarrollo tecnológico en su contexto social puede afirmarse que esta situación es consecuencia del neoliberalismo predominante, que se guía por la obtención de beneficios económicos y elimina barreras -mediante políticas de comunicación ad hoc- a la concentración de los medios:

La tecnología en sí no tiene nada que imponga de manera inherente el neoliberalismo: por ejemplo, la nueva comunicación digital podría haberse utilizado simplemente para mejorar los medios de comunicación públicos si ésa hubiera sido la decisión de una sociedad. Sin embargo, con todos los valores neoliberales la televisión, que había sido un coto no comercial en muchos países, quedó repentinamente sujeta al desarrollo comercial transnacional, y forma parte del núcleo del sistema de medios globales de comunicación que está surgiendo (McChesney, 2002: 237)

En síntesis, la situación de precariedad y marginalidad que sufren los medios de comunicación que se apartan del binomio “estatal-comercial” no es un atributo intrínseco a su alternatividad, sino que es consecuencia de un marco político, económico y jurídico concreto. Una serie de ejercicios de poder se encuentran a la base de su invisibilización.

Lo que se propone en esta investigación es una problematización del rol del Estado y de la libertad de expresión desde la perspectiva de una reinención de lo público; es decir, la articulación y desarrollo de un espacio público de comunicación que no esté subordinado al poder estatal ni al poder económico y que forme parte de unas “nuevas formas de vida pública más allá del Estado” (Thompson, 1998: 304); un espacio que fomente la mayor participación posible y que exprese de la manera más fiel la heterogeneidad política, social, cultural y étnica presente en una sociedad (Burch, 2003).

Para llevar a cabo esta propuesta el Estado debería ejercer un rol como garantista tanto a nivel de la preservación de la diversidad como de la preservación material de este espacio. Pero confiar su administración a la sociedad civil organizada. Este nuevo espacio público de la comunicación debería resignificar la noción de servicio público como la noción de independencia (originalmente planteados por los medios público-estatales y los privados comerciales, respectivamente) pero de una manera nueva, reconociendo la diversidad de la sociedad que no se encuentra en las élites políticas ni económicas.

Se trata de una apuesta por el Estado que puede parecer inocente e ingenua, pero no tanto si se mira desde el punto de vista de darle a los gobiernos una oportunidad única de legitimar su rol como garantes de un orden social justo, democrático y respetuoso de los grupos con menos poder en la sociedad, ya no sólo a nivel material (como al menos “dicen” que lo hacen la mayoría de los gobiernos) sino que también a nivel de los diversos discursos y expresiones culturales que circulan por la esfera pública.

Pero lo más importante de esta propuesta es que ella no operaría en el vacío: sólo vendría a otorgar institucionalidad (y con ello, posibilidades de sustentabilidad en el tiempo) a un sector que ya existe en la práctica, pero que no ha sido reconocido ni legitimado porque el propio sistema de medios ha procurado su invisibilización.

Comunicación alternativa y teoría de la comunicación

La comunicación alternativa ha sido objeto de interés de larga data dentro del campo teórico de la comunicación de masas. No se trata de un campo reciente, surgido a partir de los nuevos desarrollos tecnológicos, pero ha permanecido siempre como un ámbito “menor”. En este campo vuelve a repetirse el mismo ejercicio de invisibilización que opera dentro del sistema de

medios y con respecto al cual mantiene una correspondencia: así como el sistema de medios ha sido concebido como aquel formado por los medios público-estatales y por los privado-comerciales, también el trabajo investigativo y teórico ha privilegiado estos medios como objeto de análisis y de reflexión. Como señala Atton, “los medios alternativos y radicales difícilmente aparecen en las tradiciones teóricas dominantes de la investigación sobre medios” (2002: 7).

Al privilegiar como tema de investigación a los grandes medios, la opción teórica y metodológica ha sido la división de la comunicación en emisor-mensaje-receptor. De lo cual deviene como consecuencia lógica el desarrollo de investigaciones y producciones teóricas que intentan explicar la influencia del sistema de medios masivos desde alguna de estas perspectivas. Se entiende, así, la fuerza adquirida históricamente por las corrientes de investigación sobre usos, efectos y recepción; la investigación sobre la construcción de la información y las noticias desde estos grandes medios, por mencionar algunos ejemplos.

Hay modelos de investigación, un tipo de apropiación de proposiciones generales con las cuales los autores a menudo consiguen mucha publicidad en los campos de investigación que adquieren relevancia. Por ejemplo, la teoría del cultivo es un ejemplo de como una idea acaeció todo un éxito [...] Así pues, para hacer investigación empírica necesitas una hipótesis dominante. De esta manera, se recoge y se amplifica. De otros ejemplos son la hipótesis de la agenda setting, del framing... Todas ellas son ideas razonables, no malas ideas. En ellas encuentras cierta verdad [...] nos ayudan a definir los problemas de la investigación y nos permiten presentar resultados de manera que sean publicables. Tienen cierta utilidad, pero aún plantean ciertos desequilibrios en la atención que dirigimos a unas cuestiones y no a otras (McQuail, 2006)

Sin embargo, el proceso ocurrido en el camino es que aquella diferenciación originalmente analítica se ha naturalizado, sin cuestionar sus implicancias epistemológicas, en el sentido de delimitar artificialmente un campo de investigación, volviendo invisible la comunicación alternativa como objeto y como ámbito de discusión teórica, tal como denuncia Sparks que habría ocurrido con la prensa escrita:

Aislar el desarrollo de la prensa de otras formas contemporáneas de

actividad cultural y vida social conduce a una comprensión equívoca de este proceso. La temprana prensa radical, que fue producida en y por gente con situaciones e intereses completamente diferentes es vista simplemente como la precursora de la moderna “prensa popular” comercial [Original en inglés] (Sparks, 1992: 74)

A diferencia del sistema de medios oficial, la comunicación alternativa es un objeto de estudio “indisciplinado”, cuyas expresiones se han caracterizado históricamente por su carácter inconstante, difuso y en ocasiones efímero: si se los mira con el mismo foco de análisis que los medios tradicionales no se podrá decir mucho de ellos y su influencia será denostada.

Medido por el número de las personas alcanzadas o por la cantidad del tiempo de programación, no pueden compararse con los medios masivos, ni es tal su propósito. Sin embargo, como un alejamiento radical de los supuestos dominantes de la corriente vertical, la comunicación alternativa tiene una importancia fuera de toda proporción con su volumen (MacBride, 1980: 147 – 148)

Por esta razón, emerge como un consenso entre distintos investigadores del tema la idea de que la historia de la comunicación alternativa es mucho más larga y compleja de lo que parece a primera vista. Esto los lleva a hablar de una persistencia histórica y geográfica que pone en evidencia su influencia en la vida social como expresión de las luchas por el cambio social: “no son meros *experimentos* destinados a oponerse o sustituir el sistema de comunicación masiva existente en nuestras sociedades, sino resultado y expresión de una praxis social” (Paiva, 1986: 31) que “sugieren que la tradición de los medios radicales ha sido una tradición vívida y central de la historia internacional de los movimientos populares contra la tiranía, la mistificación, la explotación y la hipocresía” (Downing, 2001a: 101)

De lo anterior se deriva como opción analítica de esta investigación la incorporación de una perspectiva histórica que permita comprender la comunicación alternativa en el largo plazo, ya que “podríamos ser ciegos al impacto de esas actividades de comunicación radical si nos acercáramos a ellas sólo en términos cortoplazistas” (Downing, 2001a: 118), ya que “aunque muchos medios ciudadanos tengan cortos ciclos de vida, eso no significa que ellos no consigan nada” (Rodríguez, 2001: 159).

Es preciso comprender la comunicación alternativa en la persistencia subterránea de su “constancia transgresora” (Atton, 2002: 49), no sólo en los momentos de agitación, sino también de quietud política, para iluminar lo que ha sido más consistente y permanente en términos de ideas y acciones en ellas, pese al carácter discontinuo de su existencia. La opción analítica por una comunicación alternativa vista en ciclos de larga duración permite apreciar con mayor nitidez su vinculación con expresiones de resistencia como de integración dentro de la cultura popular, comprobando así en el terreno práctico lo premisa de que no existen experiencias de comunicación alternativa “libres” de la influencia hegemónico – masiva, sino que están profundamente imbricadas con ellas (Downing, 2001).

Más aún, la perspectiva histórica permite comprender la continuidad entre la comunicación alternativa en el campo de los medios masivos y la comunicación alternativa que abarca más allá de este soporte como parte de un campo de experiencias efímeras de comunicación, pero vinculadas entre sí por su carácter contestatario y su propuesta transformativa (Reyes Matta, 1986). Downing acuñará el concepto de “ephemeral media” para referirse a aquellas expresiones comunicativas de carácter mas performativo tales como los discursos públicos, la danza, las representaciones teatrales, las bromas o las canciones como formas de expresión de la comunicación alternativa que incluso tendrían la propiedad de alojarse más fácilmente en la memoria, precisamente a partir de su concentración en un solo instante, su “one – shot concentrated pungency” (Downing, 2001a: 102).

Asímismo, la comunicación alternativa no se gesta ni se desarrolla en un espacio “exterior” a la cultura de masas oficial, sino que incorpora de manera dinámica elementos de resistencia como apropiaciones y/o resignificaciones de los discursos y estéticas populares tal como son construidos y transmitidos por los sectores dominantes. La denominada esfera pública alternativa o no-oficial desarrollada en términos teóricos en el primer apartado de este capítulo, cobra en este punto densidad histórica y se muestra en toda su complejidad como un fenómeno en permanente diálogo con la esfera pública oficial.

Para operacionalizar estas proposiciones de carácter epistemológico, la historiografía social aporta categorías interesantes cuya elección resulta pertinente. Una de esas categorías es la de **experiencia**, tal como la desarrolla E.P. Thompson. Según este autor, aunque la experiencia siempre ha sido vista como una categoría irrelevante desde el punto de vista analítico, la apuesta por una perspectiva histórica que pretenda conectar el pensar, con el ser y con el hacer de los

sujetos, recogiendo al mismo tiempo la dimensión individual y colectiva de la subjetividad, remite a ella irremediabilmente.

El pensar y el ser habitan un solo y mismo espacio, y este espacio somos nosotros mismos. Así como pensamos, también tenemos hambre y sentimos odio, enfermamos o amamos y la conciencia está entremezclada con el ser; así como contemplamos lo “real”, experimentamos nuestra propia palpable realidad (Thompson, 1981: 37)

El aporte particular del trabajo de Thompson es que además de reivindicar la experiencia como base de toda expresión de la subjetividad de personas concretas, humanas y corrientes, también lo convierte en el punto de partida de toda construcción teórica:

No es posible imaginar ningún tipo de ser social con independencia de sus conceptos organizadores [...] Lo que se quiere decir es que dentro del ser social tienen lugar cambios que dan lugar a experiencia transformada; y esta experiencia es determinante, en el sentido de que ejerce presiones sobre la conciencia social existente, plantea nuevas cuestiones y proporciona gran parte del material de base para los ejercicios intelectuales más elaborados (Thompson, 1981: 20)

Se trata de un concepto enriquecido de experiencia que no sólo permite comprender las condiciones concretas que explican el surgimiento de las experiencias de comunicación alternativa sino que también el correlato que tiene este proceso en la construcción teórica del fenómeno como hecho social. La reflexión teórica de Thompson permite comprender que la alternatividad no está separada de las disputas y de las vivencias materiales cotidianas y de su carácter a veces integrador y otras veces excluyente. Asimismo, abre una vía para acercarse a las motivaciones y las vivencias que han tenido quienes han llevado adelante los medios de comunicación de este tipo.

La opción por el concepto de experiencia de Thompson lleva necesariamente a realizar un seguimiento de las trayectorias histórico – teóricas que han acompañado a la comunicación alternativa. Esta tarea cumple varios objetivos: contribuye a iluminar aquella tradición investigadora que ha permanecido como hermana menor dentro de los estudios de la comunicación de masas; ayuda a comprender el carácter histórico de esta tradición; ayuda a

enmarcar los casos prácticos que se analizarán en esta investigación y cómo se hace evidente la relación entre la vivencia, la acción y la teorización al respecto.

Para efectos de los casos analizados, se pueden señalar tres tradiciones diferentes de investigación: la europea, la latinoamericana y la norteamericana. Cada una de estas tres tradiciones está atravesada por las condiciones histórico-geográficas propias de su lugar de desarrollo, aunque al mismo tiempo la intensidad de la globalización en curso permite mostrar la coexistencia actual de estas particularidades con desafíos y problemáticas comunes.

A continuación se hace una presentación de estas tres tradiciones a partir de sus principales hitos en relación a la investigación y la acción vinculada a la comunicación alternativa y temas relacionados:

Hitos de la trayectoria europea:

- Ensayo de Enzensberger en los 60s que problematiza la relación izquierda política – medios masivos – vanguardias artísticas, criticando la postura de Adorno sobre la industria cultural por apocalíptica y elitista (Enzensberger, 1974).
- La diseminación de las radios (y luego teles) libres, como crítica al monopolio comunicacional del Estado, con una vertiente comercial sobre todo en el ámbito anglosajón y nordico (Gaido, 1981) y otra más pro-social que criticaba la falsa promesa de representatividad de los medios estatales, principalmente en los países de Europa central (Flichy, 1981).
- La implementación de políticas para el desarrollo de TVs comunitarias en distintos países (Francia, Bélgica, Inglaterra, Alemania, los Países Bajos) en los 70s, como consecuencia del proceso iniciado por los medios libres (Mattelart y Piemme, 1981).
- La irrupción de movimientos antinucleares y ecológicos en los 80s va a signar la explosión de medios alternativos diversos que van a definirse ya sea por la afirmación de una autonomía total o por su disponibilidad a entrar en los circuitos de distribución de los medios tradicionales (Atton, 2002; Downing , 2001 a).

- En los 70s y 80s se produce sobre todo a partir de la escuela de Birmingham un redescubrimiento del pensamiento marxista que había reflexionado sobre la cultura (E. P. Thompson, R. Williams, A. Gramsci) que dará nuevas luces sobre el rol de las audiencias y el de los medios masivos en los procesos de transformación social.
- Trayectorias particulares de los medios alternativos en los países del este y también en España: los primeros en el contexto de regímenes comunistas y posterior *occidentalización* (Downing: 2001a) y la segunda en el contexto de una dictadura militar y el consiguiente proceso de democratización (Vidal – Beneyto, 1979).

En esta tradición, la comunicación de masas alternativa se plantea desde la crítica a la representatividad de los medios estatistas. En términos teóricos, las problemáticas que se plantean más intensamente en esta tradición son la relación de la comunicación alternativa con las vanguardias artísticas y con la izquierda (anarquista y/o partidista), las condiciones de posibilidad de los marcos regulatorios estatales, los problemas y alcances de las redes de distribución alternativa, y la posibilidad de las audiencias de convertirse en emisores.

Hitos de la trayectoria latinoamericana:

- El desarrollo, al menos desde los 40s en adelante- de la industria audiovisual como competencia al imperialismo cultural estadounidense.
- La implementación de la comunicación para el desarrollo durante los 60s va a constituir un primer acercamiento a los grupos subalternos como foco de una comunicación transformadora (Waisbord, 2001; Martín – Barbero, 2003).
- El surgimiento y la implementación a través del continente de la propuesta de pedagogía crítica del brasileño Paulo Freire (60s y 70s) y su posterior reconocimiento como un antecedente teórico por parte de la corriente de los estudios culturales latinoamericanos para la afirmación del carácter activo de la audiencia (Martín – Barbero: 2003; Karam, 2001)
- El avance de los gobiernos de izquierda y los movimientos populares en un contexto de cada vez mayor penetración de los medios masivos y la industria cultural, va a implicar una

presión sobre el lugar que darán las vanguardias políticas a los medios masivos y su influencia sobre los sectores populares (Mattelart, Funes y Biedma, 1971).

- Durante los 60s y 70s también se van a producir ciertas corrientes de producción audiovisual en el continente que van a apelar a un reconocimiento de los sectores marginales evitando actitudes paternalistas y sobreprotectoras. Estas corrientes van a confluir también con experiencias de consumo de este tipo de producciones por parte de estos sectores marginales en sus propios espacios cotidianos por medio de las experiencias de cine de barrio (Capriles, 1980).
- El continente latinoamericano será uno de los principales focos de recepción de las conclusiones del informe MacBride (Macbride, 1980). Sin embargo, el propósito de implementar políticas de comunicación se verá rápidamente afectado por la ola de gobiernos militares, que en general se inclinaron a obstruir este tipo de políticas (Exeni, 1998).
- Sobre la base de esta condición de *fracaso histórico* surge el debate y la reflexión sobre comunicación alternativa: la “otra” comunicación comienza a definirse así por contraposición a las estructuras piramidales de organización y control burocrático de los medios, tanto privados como de manejo público exclusivista (Vinelli y Rodríguez, 2004:121).
- En la búsqueda de alternativas a este *fracaso*, se va a producir la mayor cantidad de producción empírica y teórica latinoamericana sobre comunicación alternativa, en los años 70s y 80s, la cual coincide con el advenimiento de los Estudios Culturales como paradigma predominante de los estudios de comunicación en el continente, el cual sirvió como apoyo, pero también planteó ciertos límites a la reflexión:

En los años sesenta y setenta, el éxito de los primeros estudios de alcance latinoamericano sobre comunicación y cultura, unido al avance de movimientos populares, favoreció generalizaciones apresuradas. Creímos saber qué era la cultura y para qué servía en los procesos sociales: redujimos a un puñado de tesis sobre el imperialismo cultural la compleja realidad de la transnacionalización informativa, educacional y artística, resolvimos rápidamente cuáles eran las causas populares y supusimos que ciertos caminos, aunque estuvieran obstruidos, podrían transitarse a fuerza

de voluntad o con la simple prepotencia de las consignas. El atascamiento de esas marchas nos ha sentado a pensar (García – Canclini y Roncagliolo, 1988: 12)

- La apropiación de los Estudios Culturales en el contexto latinoamericano va a significar una reubicación de la comunicación masiva en el marco de la cultura, pero también una nueva mirada sobre la cultura, particularmente respecto de la relación entre cultura masiva y cultura popular, redescubriendo el carácter activo de la audiencia y su capacidad de resignificar los contenidos de los medios masivos y de la industria cultural, que mostrarán una manera nueva de comprender las relaciones entre cultura y política.

En los últimos años se va abriendo otro proyecto ligado estrechamente al redescubrimiento de lo popular, y que expresa el nuevo contenido que esa noción cobra: revalorización de las articulaciones y mediaciones de la sociedad civil, sentido social de los conflictos más allá de su formulación y sintetización políticas, reconocimiento de experiencias colectivas no encuadradas en formas partidarias (Martín – Barbero, 1987: 10)

- Sin embargo, durante los 90s la difusión de los estudios culturales en América Latina va a tomar un cariz descriptivo culturalista que de algún modo va a terminar aplastando el potencial crítico de este paradigma (Mattelart y Neveu, 2002).

Las problemáticas que se plantean más intensamente en esta tradición son el rol de las vanguardias políticas, el carácter activo de las audiencias, la comunicación alternativa como espacio de libertad y cambio social en el ámbito cotidiano, tanto bajo contextos gobiernos autoritarios como en ausencia de políticas de comunicación.

Hitos de la trayectoria norteamericana:

- En el contexto de las luchas por los derechos civiles, surgen las primeras experiencias de radios libres vinculadas a los espacios universitarios (Gaido, 1981).
- Durante los 60s surge una primera ola de activistas audiovisuales enmarcada en el desarrollo del hippismo y la oposición a la guerra de Vietnam, la que confluye en el

ámbito tecnológico con el surgimiento de la cámara de video como soporte que abarató los costes de la grabación audiovisual (Boyle, 2000).

- En los 70s se implementan las políticas de comunicación que permiten la existencia de los canales de cable de acceso público (Boyle, 2000).
- Durante los 80s y 90s se va a desarrollar un proceso de “selección natural” (no sin influencia de cambios legislativos a favor de la privatización y la concentración) de las experiencias de televisión de acceso público, que va a tener como una de sus consecuencias positivas una mayor coordinación entre las experiencias orientadas a la construcción de un discurso crítico (Halleck, 2002)
- Sin embargo, después de los atentados a las torres gemelas y con la guerra de Irak se han recortado cada vez más los recursos tanto públicos como privados que posibilitan la existencia de este tipo de experiencias².

Las problemáticas que se plantean más intensamente en esta tradición son las posibilidades desplegadas por los avances tecnológicos, el potencial de la sociedad civil organizada, las distintas aristas de las políticas de comunicación y las alternativas de financiamiento en un sistema de medios fuertemente privatizado.

Cambio de siglo: procesos y desafíos comunes

En medio de todos estos procesos, el cambio de siglo va a marcar un renacimiento de las experiencias alternativas y también de la reflexión teórica sobre el tema, en un contexto global mucho más uniforme, después de la caída de los socialismos reales, el alcance mundial del neoliberalismo como sistema social, político y cultural y los cambios tecnológicos marcados por la masificación de internet y el abaratamiento de otras tecnologías tales como satélites y cámaras de video de alta resolución, así como los usos convergentes entre todas ellas.

Las tres zonas analizadas comparten actualmente un contexto similar de crisis financiera y/o de

² Es un juicio que puedo hacer en base a las entrevistas realizadas a cabo en la ciudad de Nueva York durante el mes de septiembre de 2005 con miembros de las experiencias estadounidenses que se analizan en esta investigación.

legitimidad de los medios público-estatales, enmarcadas en el predominio de políticas de comunicación con un enfoque cada vez más comercial. Ante esta panorama, internet se ha convertido en un punto de fuga de gran impacto social y cultural. Aunque sin poder alcanzar todavía la masividad de los medios tradicionales, internet se ha convertido en un horizonte de capacidades infinitas que ha dado un nuevo impulso al desarrollo de los medios de comunicación alternativos, que se expresa tanto por la creación de nuevas experiencias como por el fortalecimiento de experiencias pasadas.

Chiapas en 1994 y Seattle en 1999 marcarán el inicio de una conciencia global crítica y el uso de los medios de comunicación para difundir estas nuevas formas de protesta social (Rodríguez, 2004). A partir de estos hitos mediáticos, se pueden trazar las principales líneas de renovación del pensamiento sobre comunicación alternativa a nivel internacional y que marcan sus principales diferencias con el pensamiento producido hasta mediados de los 80, a saber:

a) La antinomia planteada por Enzensberger ha tendido a desaparecer, toda vez que mientras el activismo mediático se ha nutrido de las corrientes vanguardistas a nivel artístico, el pensamiento de izquierda ha comenzado a reformular su temprano economicismo con una apertura a la dimensión cultural de la resistencia y la transformación social. Yendo más lejos, algunos autores han llegado a plantear la ampliación del concepto de comunicación alternativa, integrando como parte de esta misma tradición a experiencias culturales no necesariamente vinculadas a los medios de comunicación de masas (Downing, 2001a; Ch. Atton, 2002).

b) La amenaza denunciada por el informe Macbride de lo que en los 70s y 80s se denominaba la cultura transnacional -que actualmente podríamos llamar los medios corporativos o *mainstream media*- por parte de sectores que miraban el flujo comunicacional desde una perspectiva tercermundista, se ha convertido en un dato de contexto al tiempo que se ha rebelado mucho menos unívoca y de un impacto bastante más complejo de lo que se pensaba:

La mayoría de las formas de cultura en el mundo actual son, en cierta medida, culturas híbridas en las que diferentes valores, creencias y prácticas se han enlazado profundamente. Esto no supone, desde luego, que la globalización de la comunicación a través de los medios electrónicos no pudiera dar lugar a nuevas formas de dominio cultural y de dependencia. Pero insinúa que no podemos entender estas nuevas formas, ni tampoco que podamos alcanzar una clara visión de sus consecuencias, si actuamos sobre

la base de que las culturas anteriores estaban a salvo de valores impuestos desde el exterior (Thompson, 1998: 226)

c) El planteamiento acerca de la audiencia activa desarrollada desde los primeros trabajos de los Estudios Culturales ha dado un paso más adelante en una de sus vertientes y ha vuelto desde aquí al carácter productor de sentido del receptor no sólo en cuanto tal, sino también como potencial emisor (Atton, 2002).

d) La revisión crítica del triunfo del neoliberalismo desde la teoría política ha traído como consecuencia una reformulación del pensamiento sobre el cambio social que también ha afectado el campo de la comunicación alternativa, particularmente respecto de los sujetos del cambio, la democratización interna de las experiencias y su vinculación con proyectos políticos más amplios:

Una institución de medios de difusión alternativa (hasta donde lo permiten sus circunstancias) no intenta aumentar sus ganancias al máximo, no vende su público a publicistas para obtener su fuente principal de ingresos (y de esta manera busca un público amplio y no elitista); está estructurada para subvertir las relaciones sociales jerárquicas que definen a la sociedad, y en su estructura es profundamente diferente de otras instituciones sociales, particularmente las corporaciones, y tan independiente de ellas como pueda ser. Una institución alternativa de los medios de comunicación se ve a sí misma como parte de un proyecto para establecer nuevas formas de organizar los medios de difusión y la actividad social, además de estar comprometida a fomentar estos como un todo, y no solo a su propia preservación (Albert, 2000)

e) El desarrollo tecnológico se ha venido convirtiendo en una variable cada vez más influyente tanto por *arriba* como por *abajo* del campo de la comunicación. Por abajo, en el desarrollo de las experiencias de comunicación alternativa, producto de su abaratamiento y de sus modos de uso cada vez más cercanos a la gente común. Por arriba, como resultado de la convergencia tecnológica pero también del lugar que están ocupando las tecnologías de la comunicación en esta nueva fase del capitalismo (Gilder, 1994; Quirós, 2001).

Propuestas de lectura

Luego de haber descrito los tres procesos de invisibilización por los que ha pasado la comunicación alternativa y de haber arrojado cierta luz sobre el material teórico, histórico y mediático que se hallaba en las sombras de la investigación en comunicación, lo que viene a continuación es hacer una propuesta analítica para abordar la comunicación alternativa que se haga cargo de las limitaciones presentes tanto en las teorías que podríamos denominar “hegemónicas” así como en aquellas que han abordado la comunicación alternativa como campo de análisis.

Así, uno de los corolarios que se deriva de la reconstrucción de la historia de la investigación sobre la comunicación alternativa de masas es la relevancia que adquiere la referencia a la cultura como el marco más amplio dentro del cual comprenderla.

La irrupción de la comunicación mediática al inicio de la modernidad marcó una “transformación cultural sistémica” (Thompson, 1998: 70) que significó una reorganización de las formas en las que se producen se intercambiaban los contenidos simbólicos en la esfera social.

Mirar la comunicación alternativa de masas desde un punto de vista cultural implica ocuparse tanto de su dimensión simbólica como de su dimensión social, entendiendo que la comunicación de masas “es un fenómeno social contextualizado que no puede comprenderse al margen de los contextos más amplios de la vida social” (Thompson, 1998: 26 – 27). De manera que lo que aquí se propone es un encuadre de la comunicación alternativa desde una teoría materialista de cultura, en la línea de autores como A. Gramsci, R. Williams o N. García-Canclini.

Podemos entender hoy por qué la cultura constituye un nivel específico del sistema social y a la vez por qué no puede ser estudiada aisladamente. No sólo porque está determinada por lo social, entendido como algo distinto de la cultura, que le viene desde fuera, sino porque está inserta en todo hecho socioeconómico. Cualquier práctica es simultáneamente económica y simbólica, a la vez que actuamos a través de ella o nos la representamos atribuyéndole un significado (García Canclini, 1989: 45)

Esto significa considerar la cultura en general y a la comunicación alternativa en particular como una dimensión de sentido que no opera fuera de la vida cotidiana ni de la materialidad, a través de la cual se expresan tanto expresiones simbólicas como otras que dan cuenta de la reproducción material de la vida.

La reproducción material remite inevitablemente a las desigualdades sociales y es en este punto en el cual se revela el carácter políticamente estratégico de pensar la comunicación alternativa desde la cultura. Si la cultura es política, pensar la comunicación desde allí implica considerarla como el campo donde se disputan supremacía los proyectos colectivos presentes en la sociedad y, por consecuencia, las posibilidades del cambio social.

Así pues, no existe posibilidad alguna de constitución de un movimiento social alternativo si no es sobre la base de una cultura alternativa [...] Quien rehuya participar en el debate cultural que hoy está planeándose en nuestras sociedades estará renunciando a la posibilidad de hacer nacer una cultura alternativa. Y sin esa cultura todo intento de transformación social acabará por reproducir, tarde o temprano, la misma sociedad que se pretende superar (Zubero, 2004: 68)

Este enfoque permite ver en toda su complejidad las implicancias de los actuales procesos de concentración, privatización y homogeneización del sistema de medios tradicional, la completa actualidad de la comunicación alternativa como fenómeno de estudio así como el desafío que implica para las experiencias de comunicación alternativa este contexto. En todo este proceso, el enfoque materialista señalado más arriba permite no perder de vista que las posibilidades viables de transformación e influencia que puede tener la comunicación alternativa hoy en día sean vistas a partir de las posibilidades contenidas por la realidad y no como un simple fruto del voluntarismo.

El enfoque propuesto implica pensar la alternatividad más allá de la resistencia contingente donde a menudo actúa y es situada, así como más allá de sus capacidades o incapacidades tecnológicas. Significa, más bien, ubicar a la comunicación alternativa en su relación con la cultura de masas y con la cultura popular, procurando al mismo tiempo superar la visión demonizadora de la cultura de masas como la visión idealista de la cultura popular. El primer paso en este proceso es reconocer que el principal público de la cultura de masas son, precisamente, las clases subalternas o populares y darle una explicación a eso.

Sólo de esta manera se puede llegar a comprender el modo en que la comunicación alternativa podría llegar a convertirse en un espacio de producción simbólica que diciendo algo acerca de las condiciones materiales y la construcción de sentido de parte de quienes son sus emisores y receptores, puede convertirse en una herramienta que contribuye a transformar el curso actual que ha tomado la globalización.

La cultura de masas es consecuencia del desarrollo de las denominadas industrias mediáticas; como tal, una de sus principales características es la separación entre el contexto de producción y el contexto de recepción, lo cual hace que los receptores se encuentren en desigualdad de condiciones con respecto al proceso comunicativo (Thompson, 1998). Dada la complejidad de la vida social, se han convertido en un sistema que funciona en base a una lógica que se auto reproduce con independencia de las voluntades individuales de sus dueños, lógica que se caracteriza entre otras cosas por resaltar la anormalidad por sobre la normalidad y de informar en vez de decir la verdad (Luhmann, 2000). Esto significa que si bien la propiedad estatal o privada de los grandes medios les otorga una cuota importante de discrecionalidad, sus contenidos y lenguajes no son un resultado que depende completamente de esta variable, sino también de las lógicas interna del sistema de medios de comunicación de masas.

La cultura popular, o mejor dicho, las culturas populares, desde una perspectiva materialista, se conciben como el resultado de la apropiación desigual de los bienes materiales y culturales por parte de los sectores subalternos de la sociedad, que se expresa a través de formas simbólicas y materiales propias. Se constituyen a partir de las prácticas laborales, familiares, comunicativas, así como a través de formas propias de expresión y conocimiento (García – Canclini, 1989). En síntesis: las culturas populares son resultado de una apropiación desigual del capital cultural, una elaboración propia de sus condiciones de vida y una interacción conflictiva con los sectores hegemónicos.

Por lo tanto, superar la demonización y la idealización significa en el caso de la cultura de masas reconocer sus posibilidades más que sus debilidades y en el caso de la cultura popular, reconocer que ella no se reproduce aislada de la cultura de masas, sino que hay una relación de continuidad entre ellas, que es precisamente la que abre las posibilidades teóricas de pensar en una comunicación de masas alternativa.

Se debe reconocer, por ejemplo, que a pesar de que por su estructura sistémica los medios entregan versiones parciales y a veces abiertamente contrarias a la verdad, pueden como contraparte estimular o intensificar formas de acción colectiva que podrían ser difíciles de controlar mediante los mecanismos de poder establecidos (Thompson, 1998), lo cual muchas de las veces tampoco es premeditado.

También debe develarse y desecharse una visión esencialista de la cultura popular. Es necesario asumir que en la cultura popular reside un doble movimiento de contención y resistencia. No existe una estética popular universal ni de clase. No existe una cultura popular “pura”, que no esté mezclada de la cultura de los “dominadores” (Hall, 1984). Se trata de un concepto no homogéneo, que remite tanto a una memoria de resistencia como a su negación e integración al proyecto histórico que los grupos dominantes producen para los grupos subalternos (Martín – Barbero, 2003). El consumo de la cultura de masas por parte de los grupos subalternos no es una mera imposición: ellos conceden a los discursos de los grupos dominantes una cierta legitimidad. Por eso es que debe superarse la oposición maniquea entre culturas dominantes y subalternas como si ambas fueran realidades exteriores entre sí y centrarse más bien en la tensión equívoca y contradictoria de esta dinámica:

En la investigación y en la práctica política es tan importante conocer de qué modo oponerse desde lo popular a lo hegemónico, como entender las maneras en que interactúan, sus transacciones, la reelaboración recíproca de necesidades de unos y otros (García – Canclini y Rongaliolo, 1988: 199)

Por el contrario, sostengo en esta investigación la idea de una continuidad entre lo popular y lo masivo. Esto es, que lo masivo no es una banalización de la cultura docta, sino más bien una reformulación de muchos contenidos de la cultura popular en un formato diferente, que desactiva los contenidos que ponen en evidencia el conflicto y potencia aquellos contenidos que enfatizan el consenso social (Sunkel, 1984).

Políticamente, esto implica un punto de partida completamente diferente al cual se han planteado la mayoría de los proyectos comunicativos de carácter crítico, que se conciben a sí mismos como proyectos de comunicación alternativa, pero que pretenden llegar a los sectores populares con un discurso ilustrado y que conciben a la cultura popular como carente de contenido crítico. Por el contrario, lo que se sostiene aquí es que al igual que la cultura de masas

oficial, la cultura de masas alternativa se nutre de la cultura popular. Si bien no sólo se alimenta de ella, encarna sobre todo las expresiones de resistencia de esta cultura. Este punto de partida también implica una crítica a la izquierda política y sus proyectos de comunicación, la mayoría de las veces caracterizados por su orientación ilustrada y su lógica de cuadros.

Luego, si se concibe la cultura popular como expresión de la tensión entre dominación y subalternidad, y si la cultura de masas recoge elementos de lo popular oscureciendo el conflicto presente en esta tensión -o buscando aquellos elementos de consenso- la pregunta que queda es qué lugar le cabe en este contexto a una comunicación al mismo tiempo alternativa y masiva. Es decir, que no reniegue del conflicto social y que logre llegar a la mayor cantidad de gente posible, superando al mismo tiempo todas aquellas falencias “sistémicas” de la comunicación de masas. Una de las primeras medidas en este sentido ha de ser el fortalecimiento del sector de la comunicación alternativa ya existente, para que en la relación de continuidad entre cultura popular y cultura masiva, la cultura de masas oficial no termine convirtiéndose en la única manera de expresión de la cultura popular en un soporte masivo.

Este tipo de reflexiones alcanzaron su mayor profundidad hace 20 años, sobre todo en la tradición latinoamericana de los estudios culturales, producto de un contexto histórico marcado por el fracaso de movimientos revolucionarios, la crisis de paradigmas políticos liberales y populistas, así como un renovado interés por investigar los procesos de consumo, comunicación y organización popular. Cuando en los 90s arribó el neoliberalismo global, muchas de estas reflexiones perdieron continuidad y quedaron relegadas al olvido. Sin embargo, la fuerza de los movimientos y la reflexión altermundialista las hace recobrar hoy en día su relevancia y pertinencia.

Capítulo 3 . Alternatividad: prospectiva y categorías de análisis

Luego de la exposición del trabajo de deconstrucción y posterior reubicación de la comunicación alternativa como objeto teórico llevada a cabo en el capítulo anterior, este capítulo expone un trabajo prospectivo ya dentro del ámbito de investigación y reflexión sobre la comunicación alternativa con el objetivo final de recoger aquellos elementos presentes en los debates del campo y que pudieran ser pertinentes para la construcción del mapa de categorías y variables con el cual se va a realizar la presentación del estudio de casos.

Para ello, el establecimiento de las categorías analíticas se ha llevado a cabo procurando su consistencia con lo que los propios investigadores en el tema han hecho emerger como asuntos relevantes, ya sea por el consenso que generan o por la falta del mismo.

El capítulo se divide en dos partes. En la primera se aborda el debate más conceptual sobre la comunicación alternativa y cómo se pueden abordar algunas particularidades del soporte televisivo desde la perspectiva de un tercer sector de la comunicación. En la segunda parte se aborda el tema de la sustentabilidad de las experiencias de comunicación alternativa, desarrollando al mismo tiempo una propuesta de dimensiones y categorías de análisis.

Conceptualización y particularidades televisivas

Comunicación alternativa: de los márgenes a la constitución de un tercer sector

La comunicación alternativa es un concepto polisémico, al cual se le han otorgado gran cantidad de atributos y adjetivos, los que será necesario revisar para determinar cómo serán articulados en la fundamentación de la definición a utilizar en esta investigación.

Así, es posible establecer dos principales conjuntos de conceptos vinculados a la comunicación alternativa. El primer conjunto reúne a conceptos que han sido acuñados en torno a los debates sobre la comunicación alternativa que se dieron sobre todo durante las décadas de los 70s y 80s, mientras el segundo conjunto de conceptos han sido acuñados sobre todo desde los 90s en adelante; es decir, en el contexto del auge de la globalización neoliberal y del surgimiento de estrategias de resistencia vinculadas al desarrollo de las nuevas tecnologías (Desde Chiapas y Seattle, en adelante).

I. Primer grupo: populares, comunitarios, próximos

La idea de comunicación popular, se encuentra íntimamente vinculada a la figura de Mario Kaplún. Según este autor, lo que define a la comunicación popular es su carácter de práctica libertadora y transformativa con el pueblo como protagonista, con una particular trascendencia respecto de la organización de los sectores populares (Kaplún, 1985). Lo que importa es su uso diferente de los medios de comunicación que tiene como función estimular la discusión, el diálogo, la reflexión, la participación. Promueve la idea de un EMIREC (Kaplún, 1998); es decir, la idea de un receptor que tenga al mismo tiempo la capacidad de emitir, con plena participación y absolutos derechos en el proceso comunicativo.

Cercana a esta conceptualización está la de comunicación comunitaria. Para Roncagliolo, un medio comunitario sería aquel orientado a obtener rentabilidad cultural, entendida como sinónimo de representación de la heterogeneidad social, “que consiste en asegurar que todas las voces estén presentes en el espacio radioeléctrico” (Roncagliolo, 1999: 268). Gumucio – Dragón utiliza un juego de palabras para definirla (en el caso de la televisión), en contraste con la comunicación privada y la estatal, de una manera que resulta pedagógica. Para este autor, la televisión comunitaria nacería como una solución propia que se dan las comunidades para responder al vacío de comunicación que ahoga las voces locales. No sería el *pulpo* que constituye el sistema privado, ni el *púlpito* que constituye el sistema público. Recogería más bien el *pálpito* de la comunidad, el pulso de su vida cotidiana (Gumucio- Dragón, s/f).

La realidad de la Cataluña de los 80s llevó a autores autóctonos a acuñar y defender durante los 90s la idea de medios de proximidad, entendiendo por ello a medios (particularmente TVs) de pequeña y mediana escala que apuntan al desarrollo cultural local, con financiamientos públicos y privados, para satisfacer aquellos intereses públicos a los que la orgánica estatal no llega o no alcanza a cubrir. Se trata de un modelo comunicacional surgido principalmente para responder a la diversidad y heterogeneidad intraestatal que existe en varios países europeos (Moragas, Garitaonandía y López, 1999).

II. Nuevas semánticas de la alternatividad: ciudadanos, radicales, autónomos, activistas, tácticos, tercer sector

Clemencia Rodríguez acuña un concepto propio: el de medios ciudadanos (Citizens media). (Rodríguez, 2001). La autora planea este concepto en la búsqueda de la superación de marcos

oposicionales y categorías binarias. En referencia a los marcos oposicionales que definen a los medios alternativos como los que “no-son-mainstream-media”, Rodríguez prefiere definir a los medios ciudadanos en términos de los procesos transformativos que ellos generan entre los participantes y sus comunidades. En referencia a las categorizaciones que definen a los medios alternativos como los desposeídos del paisaje mediático en contraste con los *mainstream* media poderosos, la autora acusa la limitación que implica esta mirada binaria (son / no son) sobre los procesos de empoderamiento que provocan los proyectos de comunicación ciudadana en sus participantes y comunidades. Superados ambos marcos, propios más bien de la comunicación alternativa de los 70s, el término medios ciudadanos expresaría de mejor forma a aquellos medios caracterizados por el acceso abierto y el voluntariado, metas orientadas al cambio social y una orientación no lucrativa. Pero lo más importante de estos radicaría en su potencial sobre los procesos de constitución y afirmación de la ciudadanía (Rodríguez, 2001).

John Downing acuña en los 2000 el concepto de medios alternativos radicales (Radical alternative media), buscando una definición más precisa que su definición original de medios alternativos, acuñada en los 80s (Downing, 2001a). El autor entiende como medios alternativos radicales a aquellos medios de pequeña escala, de diversos formatos técnicos y géneros, que no tienen lealtades hacia ninguna autoridad corporativa, religiosa o gubernamental, sino que más bien intentan transformar el status quo, proponiendo defensas y alternativas a él. Operarían habitualmente como parte de una esfera pública alternativa en fuerte vinculación con los movimientos sociales y políticos (Downing, 2001b)

También es reciente el concepto de medios autónomos (Autonomous media). Langlois y Dubois (2005) los definen por los siguientes atributos: vehículos de los movimientos sociales; intentos por subvertir el orden social reclamando los medios de comunicación; comprometidos, primero y antes que todo, en la amplificación de las voces de personas y grupos normalmente sin acceso a los medios; independientes de instituciones dominantes tales como el estado, las corporaciones, la iglesia, el ejército; animadores de la participación de las audiencias al interior de sus proyectos. El contenido de los medios autónomos está orientado a proporcionar información que apoye las luchas sociales y es alternativa a lo que ofrecen los medios corporativos. Pero además, los medios autónomos se mueven más allá de los temas de contenido y se introducen en aquellos de la organización, la participación y el empoderamiento, bajo el supuesto de que un discurso auténticamente alternativo sólo puede ser propiciado a través de una organización que permanezca abierta, transparente y no jerárquica. Incluyen desde

panfletos a periódicos, radios piratas a sitios web y forman parte creciente de las herramientas de los activistas.

Otro concepto recientemente acuñado es el de mediactivismo. De acuerdo a Pasquinelli (2001), el mediactivista es una nueva figura social donde confluyen los atributos de operador, militante, artista y ciudadano, con la orientación a experimentar formas de autogestión de la comunicación, que pueden ser consideradas como pilares esenciales de una nueva idea de democracia y ciudadanía. También se caracterizarían por su desarrollo del ludus y de la creatividad. Serían modelo y metáfora de “hacer sociedad” en el actual contexto social y tecnológico. Indymedia sería el primer ejemplo de estas redes de comunicación autogestionada.

Finalmente y en cierta relación con el concepto anterior está la idea de medios tácticos (Tactical media), acuñada por Boeckmann, Lovink y García (2001). Este concepto remite al campo de trabajo de unos artistas que adoptan una actitud positiva hacia la tecnología digital contemporánea, con un espíritu crítico e innovador. Es un concepto que remite a la integración entre arte y activismo político de base y a la disolución de las barreras entre las figuras del artista, el científico, el teórico y el activista político.

Después de esta revisión puede observarse cómo los autores referidos en este apartado provienen de las distintas tradiciones señaladas con anterioridad: latinoamericana (Kaplún, Roncagliolo, Gumucio – Dragón y Rodríguez), norteamericana (Downing; Langlois y Dubois) y europea (Pasquinelli; Lovink y García). Esto permite entender desde donde están planteando su intento, tanto por afirmarse como por apartarse de determinadas concepciones en torno a la comunicación alternativa. Los latinoamericanos, apartándose críticamente de las intervenciones dirigidas desde fuera (vanguardias políticas y estéticas; el Estado) sobre las formas de expresión de los sectores populares, que predominaron durante los 60s y 70s; los norteamericanos, criticando la colonización de los circuitos de la comunicación alternativa por la lógica empresarial o estatal, vinculando sus redefiniciones a sus mayores niveles de acceso a las tecnologías y sin perder de vista la relación con los movimientos sociales; los europeos, en tanto, preocupados de la dimensión estético - artística de la alternatividad.

El concepto de tercer sector de la comunicación, trabajado por autoras como Clua y Mayugo viene a ser el más abarcativo de todos: este sería el sector donde se agruparían las experiencias de comunicación que no son público-estatales ni privado comerciales, que no tienen intereses

lucrativos ni proselitistas; por el contrario, se trata de medios que aspiran a presentar y representar los intereses de la sociedad civil organizada. La posibilidad aglutinadora del concepto de tercer sector de la comunicación pasa por su contexto histórico de surgimiento, pues está mucho más vinculado a la relación entre movimientos sociales y medios de comunicación en el contexto de la globalización, incluyendo el rol que tiene en esto el desarrollo tecnológico. Por lo mismo, es un concepto capaz de contener a experiencias surgidas en períodos históricos marcados por otros hitos, pero que en su momento perseguían los mismos ideales.

El movimiento es distinto en tanto que ya no se habla sólo de radios libres, piratas, culturales, asociativas, educativas, sin ánimo de lucro, etc., sino también de televisiones comunitarias, de radio y vídeo por Internet, de redes ciudadanas organizadas en torno a las nuevas tecnologías de la información... A todo ello lo llamaremos “Tercer Sector del Audiovisual” (TSA), como sector distinto al sector público-institucional y al sector privado-comercial (Clua, 2006: 2)

No debe olvidarse que el carácter del concepto de Tercer Sector en general, está vinculado con la institucionalización de los movimientos sociales (ONGs, por ejemplo) y el desarrollo de toda una economía social que ha fructificado a escala europea a causa del declive del Estado de Bienestar (Jerez, 1998). Es por eso que si bien el concepto de tercer sector de la comunicación cubre con un vestido nuevo a un viejo actor, las reivindicaciones actuales siguen siendo las mismas que las de los medios libres o medios alternativos que surgieron -y en ocasiones fueron fuertemente censurados- durante los 70s y 80s. Lo que parece haber ocurrido es más bien un cambio de coyuntura a nivel europeo, que parece más dispuesto a la idea de un tercer sector de la comunicación que a la de comunicación alternativa a secas (Clua, Fernández y García, 2006).

De cualquier modo, el concepto de tercer sector no debe funcionar como un identificador que aplicar como *prueba de blancura* a los medios de comunicación alternativa, sino como un ilustrador estratégico. Esto es, para reclamar un espacio propio y para poner en evidencia lo incompleto que se encuentra el actual sistema de medios tal como se nos presenta oficialmente:

Por un lado, sirve para reclamar un espacio propio que no deba competir con las propuestas privado-comerciales para conseguir frecuencias pero que tampoco se confunda con el sector público-institucional. Por otro, permite

visualizar que el actual sistema de medios audiovisuales es incompleto porque le falta una tercera parte [Original en catalán] (Mayugo, 2004: s/p)

Por otro lado, existe una serie de atributos en torno a la comunicación alternativa, que se revisan a continuación.

Marginalidad: la marginalidad es un rasgo que se le atribuye a veces desde afuera y otras veces desde los mismos sectores a los que pretende servir y que se relaciona con el alcance o visibilidad social de las experiencias.

Esta postura, que parte de un parámetro de medición basado en la cantidad, implica desconocer que lo que define lo alternativo no es lo cuantitativo, sino el sentido de proceso vinculado a los intereses sociales, que contrasta con la lógica de mercantilización (Burch, 2003: s/p)

Se trata de un atributo ambivalente pues si por un lado remite a la afirmación de una cierta “autenticidad” (Martín – Barbero, 2003: 126, 220), presenta el riesgo de obstruir el camino hacia la superación de una cierta “cultura del ghetto” (Cesareo, 1979: 315). Sin embargo, también es posible plantear que toda comunicación alternativa se plantea inicialmente como un fenómeno marginal, pues siempre es un sector o grupo minoritario el que echa a andar un medio de este tipo. Sería su legitimidad social lo que lo haría superar este carácter (Reyes Matta, 1986).

Contrainformación: la contrainformación se define como “el análisis crítico del discurso dominante” (Cassigoli, 1986: 71) y puede concebirse como uno de los primeros estadios de la comunicación alternativa, pero no la agota pues esta última es ante todo un agente de desarrollo de poder (“Developmental power agent”) y no sólo un contra-poder (Downing, 1984: 45).

Oposición: la comunicación alternativa se presenta como lo opuesto de los circuitos oficiales de comunicación; es decir, aquella que no está en los llamados medios hegemónicos, medios dominantes, grandes medios o *mainstream* media. Sin embargo, no se agota en esta negación.

Por el contrario, vista afirmativamente, podría señalarse que son componentes indispensables de la comunicación alternativa los siguientes:

Participación: la comunicación puede ser alternativa sólo en la medida que emerge y se sostiene por su capacidad de expresar a sectores postergados. Este atributo marcaría una diferencia con la comunicación de los grandes medios, pues esta sería no participativa por definición, al ser parte y expresión de un modelo de desarrollo que promueve una forma egoísta de vivir la individualidad (Reyes Matta, 1986).

Horizontalidad: la comunicación será alternativa en la medida que contenga una propuesta de cambio en las jerarquizadas relaciones emisor-receptor de los medios tradicionales. Según Nethol (1982: 240), el concepto de comunicación alternativa “corresponde a un modelo ético político donde los actores sociales se implican horizontalmente en sus participaciones en los intercambios de signos”. Sin embargo, este es un requisito no excluyente dado que no toda comunicación horizontal o participativa puede ser considerada como alternativa: además debe formar parte de un modelo ético político (Graziano, 1980).

Resistencia: la comunicación alternativa promueve y reivindica formas de sociabilidad tradicionales que ya no gozan de la misma legitimidad social que en el pasado, pero que se constituyen como memoria de otra matriz cultural amordazada, dominada, deformada. Expresa esta resistencia ya sea en forma de defensa o como estrategia de adecuación hacia un presente más competitivo e individualista. No se trata de que esta matriz sea una alternativa, pero en ella hay elementos que muestran lo que debiera ser la comunicación alternativa (Hernández, 1987).

Esfera pública alternativa: Las distintas experiencias de comunicación alternativa serían expresiones de una misma esfera pública alternativa entendida como un conjunto de grupos o instituciones que trabajan juntas para enseñar al público a dirigir y debatir asuntos políticos y económicos independientemente del Estado o del mercado, caracterizada por su vinculación al desarrollo de los movimientos sociales. Este concepto de esfera pública alternativa dirigiría la atención al rol de las experiencias de comunicación alternativa en la estimulación del debate público desde un punto de vista subalterno (Atton, 2002).

Contrahegemonía, cultura popular y cambio social democrático: la comunicación alternativa, para ser tal, debe contener estas tres dimensiones, que son al mismo tiempo tres niveles de acción.

III. Contrahegemonía y cultura popular

La comunicación alternativa también se define por una posición de subordinación en la disputa por las visiones de mundo, que se enfrenta con los grandes medios -caracterizados por la verticalidad y la univocidad- buscando la subversión de este orden de las cosas. Los medios alternativos serían tales por su propósito de querer alterar la definición social preestablecida respecto de quien puede ser emisor o productor de un mensaje, de allí el predominio -en la caracterización de la comunicación alternativa- de palabras como “respuesta” (Reyes Matta, 1986: 122), “contestataria” (Reyes Matta, 1983: 248), “insurrección” (Atton , 2002: 9), “subversión” (Nethol, 1982: 240) u “opción” (Graziano, 1980) ante un discurso o mensaje dominante.

En este sentido, se puede afirmar que la comunicación alternativa es contrahegemónica. Esto es, que se enfrenta a la hegemonía.

Cuando la comunicación alternativa emerge, sólo puede hacerlo con un propósito que va más allá de la mera perspectiva comunicacional: debe ser expresión de un proyecto histórico de cambio, de resistencia cultural y de construcción solidaria [...] se trata de una perspectiva de confrontación con una dinámica de hegemonía (Reyes Matta, 1983: 248)

Nosotros podríamos considerar el rango completo de medios alternativos y radicales como representantes de desafíos a la hegemonía, ya sea en una plataforma política explícita o empleando distintas formas de desafío indirecto a través de la exploración y transformación de roles, rutinas, emblemas y signos existentes que Hebdige (1979) localiza en el corazón del estilo cultural contrahegemónico [original en inglés] (Atton, 2002: 19)

Este último concepto remite, en su sentido gramsciano más original, a la idea de que la legitimidad de los sectores dominantes no radica tanto en su poder de coacción como en su capacidad para imponer su propia visión de mundo; es decir, las ideas, discursos e imágenes que favorecen el reconocimiento de su dominación por los sectores dominados: su capacidad de presentarse ante la sociedad como "la sociedad misma" (Thwaites, 1994). La hegemonía no sería una capacidad adscrita a ciertos grupos, sino una capacidad en disputa que se construye en el proceso de conformación de sus protagonistas (Aguirre Bianchi, 1986). En este contexto, la

contrahegemonía sería toda acción o discurso orientado a la transformación de la hegemonía existente y la comunicación alternativa tendría siempre un propósito contrahegemónico, puesto que expresaría en diferentes formas una visión alternativa a las políticas, prioridades y perspectivas hegemónicas (Downing, 2001a; Rodríguez, 2001)

Completando el sentido original de ambos términos, recogemos aquí la propuesta de un concepto menos solemne y más difuso de la contrahegemonía, concebida por Downing a partir del concepto de “tácticas de resistencia” de James Scott (2003) en un cierto tono de similitud también con la idea de “microresistencias” de De Certeau (1996). La propuesta de Downing tiene que ver con su crítica del pensamiento de izquierda sobre la comunicación, que según este autor, se habría concentrado históricamente sólo en los grandes momentos de expresión de la comunicación alternativa como parte de las estrategias tradicionales de toma del poder estatal. Su recurrencia a Scott y también a E.P. Thompson sirven para apreciar mejor el carácter contrahegemónico de la comunicación alternativa en dos dimensiones que coexisten: como necesarios para construir contrahegemonía en tiempos de revuelta política y como expresión continua y profundamente arraigada al descontento de las masas (Downing, 2001a). Planteada de este modo, la contrahegemonía da cuenta de mejor manera de la comunicación alternativa como objeto indisciplinado e inconstante que está conectado a las tácticas cotidianas de resistencia presentes en la cultura popular, reivindicando a esta última como un polo de acción y no sólo como un stock pasivo de expresiones curiosas.

IV. Cambio social democrático

Las experiencias de comunicación alternativa se constituyen como medios para alcanzar un fin que las supera: la transformación del orden social en un sentido que lo haga más justo y más democrático.

Es necesario ubicar el análisis respecto de la comunicación alternativa en la relación que estas formas comunicativas tienen con un modelo de desarrollo participativo, solidario, independiente y autónomo. Se trata de una búsqueda que rechaza el orden político, económico y cultural [capitalista].
(Reyes Matta, 1983: 250)

Este fin oscila entre dos extremos: el de quienes optan por comprender la comunicación alternativa como un “neutralizador de alcance sectorial” (Moragas, 1979: 79) y quienes se

inclinan por concebir la comunicación alternativa como expresión prefigurativa de una futura estructura democrática de la comunicación, inserta a su vez en un proyecto de sociedad futura también más democrática (Cesareo, 1979; Nethol, 1982; Reyes Matta, 1983; Simpson Grinberg, 1986a).

Aunque hay autores que problematizan el tema a partir de la distinción entre prácticas alternativas y prácticas oposicionales, de todas formas terminan señalando a las experiencias de comunicación alternativa cuyo alcance sería sectorial como experiencias oposicionales (es decir, transformadoras) en germen, que también “portarían el cambio social en su centro” (Atton, 2002: 19). De esta manera, independiente de su alcance concreto, toda experiencia de comunicación alternativa para ser concebida como tal ha de contener un rechazo de lo predominante, pero también una propuesta de lo que se quiere (Cebrián, 2003).

La comunicación alternativa ha de plantearse en un horizonte de largo plazo, concibiendo su accionar como contribución a la transformación de la estructura y uso de los aparatos de difusión masiva y el modo dominante de producir y hacer circular en la sociedad el conocimiento, la información y las significaciones en general (Hernández, 1987). La responsabilidad de un medio de comunicación alternativo no es cambiar la sociedad, pero si funcionar como un vehículo hacia ello por medio de su acción cotidiana transformadora:

Una institución alternativa de los medios de comunicación se ve a sí misma como parte de un proyecto para establecer nuevas formas de organizar los medios de difusión y la actividad social, además de estar comprometida a fomentar estos como un todo, y no sólo a su propia preservación (Albert, 2000)

Pero ¿qué pasa con la comunicación alternativa cuando el cambio social se hace efectivo y con eso se alcanza una nueva hegemonía más favorable a este tipo de experiencias? Se corre un gran riesgo de que la riqueza comunicativa conseguida deje de expandirse, de ahí que contrario a lo pensado el desafío de la comunicación alternativa no acaba cuando los cambios que ha promovido se logran hacer efectivos. El desafío, en consecuencia, es mantener en la hora de construcción de un modelo de desarrollo democrático, la vitalidad y participación que la comunicación alternativa ha otorgado en la etapa de búsqueda de tales cambios (Reyes Matta, 1983).

V. La opción por el concepto de Tercer Sector de la Comunicación

Hasta aquí la comunicación alternativa a través de un recorrido histórico por el contenido del concepto. A modo de síntesis de esta revisión se pueden señalar como opciones de esta investigación las siguientes:

La comunicación alternativa es más que marginalidad, contrainformación, participación y horizontalidad, aunque una experiencia que contenga alguno de estos atributos puede convertirse con el tiempo en una experiencia de comunicación alternativa. Del mismo modo, atributos asociados a la alternatividad tales como radical, autónomo, popular, comunitario, ciudadano, activista o táctico, cumplen con requisitos que se pueden exigir a una experiencia de comunicación alternativa. Asimismo, tienen una función complementaria entre sí: cada uno de ellos remite a un componente distinto y necesario para una conceptualización enriquecida de la alternatividad.

Si fuera posible agrupar en torno a una gran característica a la comunicación alternativa, sería su propósito de transformación del orden social hegemónico, con independencia del alcance sectorial o más amplio que se le otorgue a este objetivo. Esta sería su principal característica de distinción con los medios tradicionales: el cuestionamiento del orden social que estos medios promueven y legitiman con cada una de sus opciones de contenidos, de temas, de actores y sectores relevantes; “que implican, explícita o implícitamente, la subversión del orden comunicativo establecido en las relaciones piramidales a que tienden los intercambios simbólicos de la massmediatización” (Nethol, 1982: 240).

Un propósito de transformación que no descansa en el discurso, sino en la práctica que le antecede y le da forma, de allí la importancia de incorporar los atributos de la alternatividad a la práctica cotidiana en la cual se desarrolla la experiencia. Si la comunicación alternativa es lo opuesto de la comunicación que representa, a día de hoy, a los intereses de los grupos dominantes de la sociedad, se trata por contraste de un espacio comunicativo caracterizado por su apertura a los sujetos a los cuales los grandes medios no dan voz o que no son reconocidos por estos medios desde su propia especificidad, sino según su utilidad para sostener los discursos que son coherentes con el orden social promovido por esos grandes medios.

Lo alternativo en estas prácticas no se inscribe en el sentido global exacto

del término comunicación alternativa, sino en su efectividad para que distintos sectores sociales dominados y silenciados puedan producir, circular, dar vida a informaciones, opiniones y experiencias que no circulan por los grandes medios o que circulan deformadas. Entonces, se trata no sólo de la creación de nuevos canales, sino de nuevos lenguajes en los cuales los grupos involucrados tienden a expresarse a su manera (Hernández, 1987: 71)

Las convenciones de los mass media marginalizan el rol de “hombres y mujeres simples” ... considerándolos sólo como observadores o comentaristas marginales de algún evento (“la voz del pueblo”) [...] ellos sólo adquieren relevancia en lo conflictivo o lo bizarro [original en inglés] (Atton , 2002: 16)

La comunicación alternativa propone un “cambio en las jerarquías de acceso” que entrega la posibilidad de habla “en sus propios términos” a aquellos colectivos a los que históricamente se les ha negado esta posibilidad:

Muchos de los grupos ciudadanos que están envueltos en experiencias de producción medial están situados en relaciones subordinadas con respecto a las fuerzas sociales hegemónicas, esas identidades culturales de los grupos son presionadas hacia los márgenes, sistemáticamente ignoradas, distorsionadas o caricaturizadas por los medios hegemónicos [...] El lenguaje, los códigos sociales compartidos, la historia y todos aquellos textos culturales que delinear la imaginación colectiva de una comunidad subordinada son excluidos de lo que los medios hegemónicos consideran “usable” como material para su programación [original en inglés] (Rodríguez, 2001: 153)

No por nada, un buen criterio para distinguir a un medio alternativo de uno tradicional es su tratamiento y cobertura de los conflictos sociales, ya que un medio tradicional tenderá a problematizar cualquier reivindicación como des-orden y tenderá a ocultar las demandas sociales presentes en el conflicto (Sáez, 2005).

Por este mismo objetivo de democratización y cambio social que supera y convierte a cada experiencia en un medio para un fin mayor, la pregunta por el soporte pierde cierta centralidad. Sin embargo, dado el carácter estratégico del lenguaje audiovisual en este momento histórico,

es que en esta investigación se ha optado de manera específica por experiencias de comunicación alternativa en el soporte audiovisual.

Lo que ha podido verse hasta ahora es que cada nueva conceptualización lo que busca es afirmar la alternatividad que subyace a su definición, que incluye tanto un movimiento de separación como de superación. Por esta razón, la opción que se llevará a cabo en esta investigación será la de seguir afirmando la idea de comunicación alternativa, pero considerándola dentro del ámbito más amplio del tercer sector de la comunicación (TSC) cuyo contenido sería una noción de comunicación alternativa consciente de su propia historicidad; es decir, donde sus contenidos se van complejizando en la medida que se va complejizando también el tipo de experiencias de comunicación alternativa. Divulgativo y abarcativo, en la medida que permite incorporar dentro de ella estos distintos atributos que hablan del carácter perfectible de la idea de alternatividad en virtud de las tensiones mostradas por los procesos sociales.

En esta investigación, se seguirá utilizando el concepto de comunicación alternativa, pero redefinido en virtud de las nuevas conceptualizaciones asociadas, presentes en las distintas tradiciones de investigación, bajo el paraguas del TSC. En síntesis: lo que se sostiene es que sólo es comunicación audiovisual alternativa lo que está dentro del tercer sector de la comunicación. Y sólo es tal la comunicación que con independencia de la etiqueta específica que quiera portar (tales como las descritas al principio de este apartado) aspire al cambio social, a una sociedad mas justa, a una sociedad no neoliberal. Dando cuenta de los sectores, temas y problemáticas que este proyecto hegemónico oculta, reprime o desmoviliza.

Particularidades de un tercer sector televisivo

1. Soporte y alcance

Hay un cierto consenso en el campo de la investigación de la comunicación alternativa respecto de que no hay medios alternativos per se, sino que en este nivel la alternatividad está dada por la capacidad que se tenga para recuperar cualquier tecnología para un uso otro (Reyes Matta, 1983; Cebrián, 2003).

Sin embargo, se puede afirmar que la efectividad de una experiencia de comunicación

alternativa depende de ciertos atributos propios de cada soporte, según su pertinencia para efectos de determinado contexto sociocultural e histórico específico. De ahí que no obstante hablar de comunicación alternativa en general (incluso más allá de los medios de comunicación de masas, como se señaló más arriba), en esta tesis se opte por un soporte específico, que es la televisión.

Una de las particularidades de la televisión como soporte mediático es que la interacción que genera entre los sujetos se da en un entorno de alta riqueza visual de las señales simbólicas y donde el espacio compartido se amplifica más allá de la interacción cara a cara (Thompson, 1998). Pero junto a estas razones técnicas, la razón de optar por la televisión como soporte se relaciona con el lugar estratégico que ésta ocupa actualmente en las dinámicas de la cultura cotidiana de las mayorías, convirtiéndose en una de las mediaciones históricas más expresiva de matrices narrativas, gestuales y escenográficas de la cultura popular, entendiendo por ésta no las tradiciones específicas de los pueblos sino “la hibridación de ciertas formas de enunciación, ciertos saberes narrativos, ciertos géneros novelescos y dramáticos” (Martín – Barbero, 2003: 25). Si hoy en día la mayor parte del consumo audiovisual pasa por la pantalla de televisión, es estratégico trabajar en este medio masivo más que en otros.

A esta característica sociocultural deben agregarse actualmente ciertos atributos dados por el desarrollo tecnológico y que están redefiniendo las potencialidades de la televisión; principalmente el desarrollo del videograbador, la creciente masificación de las cámaras de video, la fibra óptica, los satélites, la televisión digital terrestre e internet.

El grabador de video creó las condiciones para una transición que internet ha empezado a hacer realidad de manera cada vez más radical. Los poseedores de grabadores de video han empezado a grabar imágenes, a adquirir competencias de grabación y montaje (Levinson, 1997). Posteriormente, las cámaras de video portátil cada vez más pequeñas han ido haciendo lo suyo.

Por su parte, internet ha ido incorporando cada vez más funciones de la televisión, a medida que la fibra óptica y los satélites han ido poniendo a disposición de los usuarios un ancho de banda suficiente para enviar gran cantidad de información (Berardi, Jaquemet y Vitali, 2004).

Gracias al aumento de la capacidad de esa infraestructura hoy ya es una realidad palpable la convergencia de la red telemática y la producción y difusión de video, más allá de la fuerte

centralización que ha caracterizado hasta ahora al sistema televisivo. Cuando se habla de convergencia en el ámbito de la comunicación alternativa, no sólo se habla de una ampliación (por grande que sea) del número de emisoras de televisión accesibles por medio de los satélites o el cable, sino que de una nueva concepción de la producción y del consumo de la imagen televisiva. La proliferación del uso de internet ha sido el factor tecnológico que más ha impulsado el desarrollo del tercer sector de la comunicación desde los 90s en adelante.

Dentro de las particularidades del soporte televisivo, otro aspecto importante es el del alcance y el modo en que éste presiona sobre la configuración de la experiencia. El dilema es que el modelo masivo tradicional de televisión llega a más gente pero a costa de perder cercanía y centralizar la emisión, mientras que en el otro extremo el modelo local tradicional promueve una mayor participación ciudadana, pero con un alcance mucho más delimitado y con el riesgo de ser una experiencia de poco impacto en la sociedad.

Así, entre lo local – comunitario y lo masivo, lo alternativo parece estar más cerca de lo primero que de lo segundo. Sin embargo, esta vinculación plantea nuevas preguntas: si se asume que no toda experiencia comunitario - local es necesariamente alternativa ¿qué tipo de común – unión sí lo es? Y luego, si lo alternativo está cerca de lo comunitario, entonces ¿cabe plantearse la pregunta por la posibilidad de una experiencia alternativa masiva? En conclusión, el tema de fondo es: cuál debiera ser el alcance adecuado de una experiencia de televisión para que - logrando convertir tanto en emisores como en receptores a la mayor cantidad de gente, sobre un espacio geográfico lo más amplio posible-, siga siendo alternativa.

Las amenazas presentes en el polo de lo masivo (en el sentido extremo al cual lo ha llevado la industria cultural) implican la clausura de las posibilidades de acceso y participación en la emisión a la gente común y corriente (Atton, 2002) así como una representación desdibujada de sus intereses y puntos de vista (Rodríguez, 2001). En un sentido contrario el polo artesanal está más interesado en lo cercano, la comunicación directa (Navarro, 1999), pero corre asimismo riesgos como el localismo o la guetización (Comedia Group, 1984), mientras que cuando se expande en cobertura puede perder la habilidad de articular lo local (Paiva, 1983: 40), con la pérdida de todo el potencial político implícito en este ámbito (Rodríguez, 2001). La reciente experiencia llevada a cabo en el febrero 2003 por las telestreet italianas para hacer una programación conjunta en contra de la guerra de Irak -pese a la falta de consenso interno respecto de este ejercicio de amplificación- evidencia la actualidad de esta tensión, poniendo en

evidencia el carácter no resuelto de esta problemática, ni desde la producción teórica ni desde las propias experiencias en curso.

El modelo implícito en la experiencia Telestreet no es reductible con facilidad al de una televisión por satélite. Telestreet significa proliferación de microantenas con el fin de abolir tendencialmente la separación entre emisor y receptor y de extender en red la difusión de imágenes videoelectrónicas. El satélite supone la creación de una redacción central que selecciona el material que llega, la posibilidad de alcanzar una audiencia numerosa y muy dispersa geográficamente [...] Este problema fue discutido en muchas ocasiones en las reuniones que precedieron a la adhesión del circuito Telestreet a la iniciativa del canal por satélite No War y no todos estuvieron de acuerdo con dicha adhesión (Berardi et al, 2004: 153-154)

Hay dos vueltas de tuerca que permitirían responder a la pregunta de una manera que supere la tensión.

La primera de ellas, haciendo una apuesta por lo masivo desde una perspectiva democrática de la comunicación. La salida, en este sentido, podría estar vinculada a los canales de distribución y circulación de las experiencias alternativas. Esto quiere decir que si lo masivo se construye desde unas bases sociales que utilizan el soporte masivo para relacionarse y comunicarse entre sí, la atomización deja de ser una amenaza. La masividad puede ser alternativa siempre y cuando su mensaje se plantee desde las bases hacia un soporte que pone en circulación lo que se produce a nivel local. En síntesis, trabajar sobre el soporte televisivo en una perspectiva “glocal”, poniendo en red el trabajo de las bases sociales produciría un efecto contrario a la separación emisor – receptor característica del soporte masivo.

La segunda vuelta de tuerca tiene que ver con la noción de comunidad: pensando en el mayor alcance, la noción de comunidad tan propia de la comunicación local, también podría ser exitosa utilizando una perspectiva sociológica más que geográfica al respecto. Para esto último me remito al cuestionamiento de la noción de comunidad planteado por Mattelart y Piemme (1971), a propósito de la experiencia de *Canal Emploi* en Bélgica, a fines de los 70s, que estaba basado más bien en una noción sociológica que geográfica de comunidad (los desempleados). De lo anterior se puede concluir la idea de que una común – unión en la subalternidad puede

resultar potencialmente tanto o más efectiva que una comunidad geográfica por sí sola para los mismos efectos. Picazo (2007) problematiza esta tensión al señalar que hoy en día no es posible pensar lo local por fuera de lo global y viceversa, ya que los acontecimientos globales nos afectan localmente y el “nomadismo de la ciudadanía global” “hace que nuestra cotidianeidad y nuestra identidad cultural no tenga por qué coincidir” (2007: 56), sin que esta globalización de la proximidad implique en absoluto su homogeneización.

En síntesis, por su alcance, una experiencia de televisión alternativa debería ser consecuente con aquellas características que las acercan más a las experiencias comunitarias -accesible, participativa, democrática-, siendo el límite a la amplitud de su alcance el punto en el cual abandonan estas características y empieza a operar en la lógica homogeneizante y jerárquica de los medios masivos tradicionales. Pero la comunicación alternativa no debe abandonar la masividad como parte de sus objetivos. La mejor manera de permanecer lejos de los riesgos implicados en el alcance masivo sería la orientación por medio de una estrategia política que propicie la articulación entre comunidades de sentido, comunidades geográficas y comunidades culturales, desarrollando un proyecto de trabajo que conecte con perspectiva transformadora las dimensiones local, regional, continental y global, como sostiene Sierra:

En esta línea, convendría prefigurar un programa político y un proyecto de trabajo cultural en el ámbito local y regional, a escala europea, y global, que a medio plazo soporte y haga posible la organización transnacional de movimientos sociales de transformación – mundo. Las fuerzas políticas y sociales deben comenzar a definir políticas locales y regionales de comunicación, planes de movilización y organización de alternativas culturales de base comunitaria y regional, organismos de intermediación como los Consejos Locales y/o Regionales de Comunicación, y plataformas transversales de cooperación y desarrollo productivo (Sierra, 2004: 107)

II. Lenguaje y contenidos

Hay un diagnóstico consensuado que recorre el campo de investigación de principio a fin: la dificultad de los medios alternativos para crear un lenguaje propio y diferenciado (Mattelart y Piemme, 1971; Berardi et al, 2004), lo que tiene a su vez consecuencias sobre el tipo de contenidos que se producen y se transmiten desde este tipo de experiencias de comunicación, los temas que se eligen y el tratamiento que se les brinda (Simpson Grinberg, 1986b).

Pero no hay mucho consenso sobre cómo salir del problema ni se observa -a pesar del acuerdo en el diagnóstico- un abordaje sistemático del problema, tanto a nivel de las experiencias o en la producción teórica. Un desafío que adquiere todavía mayor notoriedad si se piensa en el contexto del desarrollo actual de la economía mundial, basado fuertemente en la comunicación y la producción de signos, donde “el poder económico pertenece a aquellos que poseen las máquinas de lenguaje más potentes” (Berardi et al, 2004: 96), y que vuelve estratégica la apropiación de los lenguajes de los medios masivos con un sentido transformador y emancipatorio.

Curiosamente, la creación de nuevos lenguajes y nuevos contenidos no parece sólo un problema de los medios alternativos, sino del paisaje mediático en general y que parece agudizarse con los avances tecnológicos. Esta condición deficitaria común resulta sin embargo esperanzadora, toda vez que pareciera no estar necesariamente en función de los recursos financieros mayores o menos con que se cuenta, sino más bien del potencial creativo de los emisores:

En estos últimos años, se ha hecho patente una debilidad estratégica de las grandes empresas mediáticas. Poseen casi toda la infraestructura mediática pero carecen de la inteligencia necesaria para crear interfaces de uso adecuadas a las necesidades sociales, así como de la creatividad necesaria para producir una masa de contenidos que de sentido y función a las posibilidades de la banda ancha [...] La convergencia es un proceso creativo: no basta el dinero y el poder político para inventar lo nuevo. Y nada nos dice que sea necesario mucho dinero para poner en marcha experimentos y estructuras productivas de tipo autónomo, en un nuevo circuito que se está creando dentro del movimiento contra las grandes empresas (Berardi et al, 2004: 46-47)

Una de los riesgos presentes al desarrollar un medio de comunicación alternativa es invadir todos los contenidos transmitidos desde la experiencia por un discurso político – reivindicativo, de denuncias, incluso de consignas, pero que desdibuja las diferencias entre una experiencia de comunicación alternativa y cualquier experiencia de prensa o comunicación partidista, ya sea por afiliación u oposición a un gobierno o sistema político.

El caso de los medios audiovisuales, el problema también se plantea vinculado con los desafíos

propios del lenguaje de la imagen, con los que a menudo los grupos reivindicativos están menos socializados que con el lenguaje escrito. Con frecuencia se pierde de vista que el lenguaje audiovisual es un lenguaje integrado, en el que la palabra, la imagen y el sonido forman un todo unificado y coherente; fruto de un proceso de creación en el que, desde la fase de diseño, ya se piensa en imágenes (Marí Sáez, 2004).

Al abordar esta temática, hay que volver también al debate sobre la representación de la realidad que dominó el ámbito del cine y el documental sobre todo durante los 70s, la que apuntaba al desarrollo de una reflexión sobre la producción del mensaje cuando éste quiere expresar la realidad, reflexión que surge a partir del intercambio con las propias experiencias de comunicación alternativa que fueron surgiendo durante la época. El dilema principal que quedó plasmado en diversas revistas culturales europeas como *Tel Quel* o *Cahiers du cinéma* era cómo restituir la realidad a través de un punto de vista políticamente comprometido. La respuesta al dilema, fue una apuesta por la presentación de la realidad más que su representación; una presentación que pusiera en evidencia el carácter construido del propio mensaje audiovisual.

El mensaje debía denunciar su propia forma de trabajo en el momento de comunicar. Esto era hacer una práctica política con el mismo material del mensaje [...] El significado de la realidad debía ser la representación no de historias o temas edificantes o morales, sino la de los valores y las relaciones de producción que había en la situación que se quería narrar (Vilches, 2008)

Desde una perspectiva distinta, Sunkel plantea unas ideas interesantes al respecto, a partir del análisis de las estrategias que usa la prensa sensacionalista y la prensa tradicional de izquierda para llegar a los sectores populares con su discurso y su lenguaje. El autor sostiene que el éxito de lectura de la prensa sensacionalista radica en que ella ha sabido reconocer y apropiarse mejor del lenguaje simbólico – dramático de la cultura popular, mientras que la prensa tradicional de izquierda al constituirse desde una matriz iluminista ha tendido a desdeñar esta dimensión popular, produciendo un discurso sobre lo popular reduccionista de la cultura popular como de sus sujetos.

Que el diario de izquierda tradicional se constituya desde una matriz iluminista que le impide su relación con elementos centrales de la cultura popular, ha tenido como efecto principal que hayan sido otros discursos los

que se han apropiado de la realidad subjetiva y de la vida cotidiana de los sectores populares: los medios de comunicación surgidos por la iniciativa empresarial (Sunkel, 1984: 77)

De manera que unos medios de masas progresistas (alternativos, en nuestro lenguaje) sólo tendrán éxito en la medida que sepan articularse con la matriz simbólico – dramática presente en la cultura popular -con todo lo icónica antes que discursiva que hay en ella-, reconociendo su diversidad y complejidad.

Para ello, Sunkel (1984) propone un abanico de personajes, temas y contenidos que debiera abordar una comunicación progresista / alternativa de masas, interesada en convertirse en representante de los intereses de los sectores dominados pero de una manera que de cuenta de su heterogeneidad y complejidad, con su propio lenguaje simbólico - dramático. Así, lo popular estaría compuesto por tres dimensiones: lo representado, lo no-representado y lo reprimido. Lo representado sería aquello que la prensa ilustrada de izquierda ha abordado históricamente: la explotación económica, la clase obrera, el campesinado sindicalizado. Lo no – representado serían aquellos actores y demandas vinculadas que la izquierda tradicional ha demorado un poco más en reconocer: las mujeres, los jóvenes, los jubilados, los indigentes, los indígenas. Finalmente, lo popular - reprimido estaría compuesto por aquellos elementos pulsionales, irracionales, lúdicos, arrabaleros que también forman parte de la cultura popular, que han sido ocultados o negados; o que cuando han sido abordados, lo han sido más bien desde un discurso moralizante. Se trata del mundo de las prostitutas, los homosexuales, los delincuentes, los drogadictos, los alcohólicos, etc, quienes habitan espacios tales como prostíbulos, boites, centros de espectáculo nocturnos, clandestinos, plazas, calles retiradas y sus espacios contraparte, que son impuestos por la autoridad: centros de detención, reformatorios, cárceles, centros de corrección de mujeres, alcohólicos anónimos; así como sus conflictos: frente a la ley, sus representantes y las instituciones correccionales.

El desafío radicaría así en la construcción de un discurso que recurriendo al lenguaje simbólico – dramático pudiera dar cuenta de estas distintas dimensiones de lo popular desde una perspectiva que, poniendo el acento en los conflictos sociales que explican la posición de subordinación de estos sujetos y sus problemáticas, se planteara al mismo tiempo desde un punto de vista distinto al del discurso moralizante de los medios tradicionales.

Asimismo, del planteamiento sobre volver a la vida cotidiana se deduce fácilmente la necesidad de pensar en la introducción de dimensiones menos solemnes de esta -el entretenimiento, el humor, la emoción, la imaginación, el gusto festivo, la problemática menuda (Paiva, 1983)- como parte de los temas a abordar; sin negar la importancia y necesidad de denunciar y proponer formas de acción respecto de “grandes fines”, pero sin considerar tampoco a estos tópicos cotidianos como desviadores de esos otros objetivos supuestamente más serios y, por lo tanto, más importantes. Se conecta así la discusión en este ámbito con reflexiones y elaboraciones teóricas provenientes de otros campos como la pedagogía de Freire y la teoría literaria de Bajhtin, las cuales se centran en la emoción y en la imaginación como dimensiones claves de la cotidianidad y, por lo mismo, como vehículos efectivos de aprendizaje y de enseñanza más allá de una comunicación – lenguaje estrictamente afincada en la racionalidad.

Si en vez de educador dialógico nosotros leemos activista de medio radical, la pedagogía de Freire puede servir como el centro de una filosofía dentro de la cual pensar la naturaleza de la relación productor activista/audiencia activa [original en inglés] (Downing, 2001a: 46)

El énfasis de Bajhtin en el diálogo de voces dentro de la novela (o la telenovela) podría igualmente ser aplicado a los medios radicales como una esfera pública democrática, dialógica, dentro de la cultura popular [...] ya señalada en la discusión de la cultura popular de Iris Marion Young y Raymond Williams: la centralidad de la emoción y la imaginación en los medios radicales, el riesgo de entender su rol informativo en un sentido puramente racional [...] Tanto Freire como Bajhtin proporcionan soporte para una visión dialógica de los medios alternativos radicales, encajada en el tira y afloja de la vida cotidiana [original en inglés] (Downing, 2001a: 47)

Con respecto a la profesionalización, el tema de lenguaje y contenidos plantea ciertos dilemas que confirman el carácter todavía abierto de esta problemática. Porque así como es razonable poner en duda el aporte experto al desarrollo de la expresividad propia del colectivo que busca representar una experiencia de comunicación alternativa (Rodríguez, 2001), también es razonable considerar como un aporte semiótico a este tipo de experiencias la tradición de sabotaje comunicativo (Berardi et al, 2004), que incluye al dadaísmo, el surrealismo, la generación beat y el situacionismo, la que se expresa actualmente en experiencias de subversión

publicitaria como Adbusters³, Yomango⁴ o Consume hasta morir⁵. En este mismo sentido es sugerente pensar en las potencialidades de los denominados “medios tácticos” como parte de las salidas más contemporáneas a este dilema, al replantear el lugar del arte en relación al uso de las nuevas tecnologías y el activismo político de base (Boeckmann et al, 2001).

Dentro de esta discusión específica sobre como reintroducir lo “intelectual/profesional/artístico” en una comunicación alternativa concebida desde lo popular, es interesante recordar el caso de *Radio Alice* y lo que significó en su momento como ícono de las transformaciones de lenguaje que estaban haciendo posibles las radios libres.

El rasgo peculiar de Radio Alice, el que la hace ser tan interesante para el estudio de lo que hoy ocurre en la nueva generación italiana y en su “Movimiento”, es el lenguaje, sembrado de citas, que utiliza el grupo de individuos superiormente dotados que dirigen la emisora. Lo importante es el hecho de que las masas de jóvenes subproletarios sin cultura personal propia han captado y hecho suyo ese modo de hablar y se identifican con él (Eco, 1980: 225)

Radio Alice mostró que el dominio del lenguaje daba un poder, pero que si ese poder dejaba de plantearse desde una óptica lógica y se afirmaba desde la idea de lo incontrolado, lo ambiguo y lo ambivalente podía volverse un recurso profundamente subversivo, porque ponía en cuestión el orden establecido. Esta idea de un lenguaje incontrolado se asemeja mucho a la matriz simbólico – dramática de la cultura popular de la cual hemos hablado antes. De hecho, el deseo -los deseos- y su transformación en vectores para la acción se convirtieron en el leit motiv de esta radio.

La palabra directa, la palabra viva, llena de indecisión, de contradicción, o sea, de sin – sentido, es portadora de considerables cargas de deseo. Y es siempre esta parte de deseo la que tienden a reducir, a decantar, los portavoces, los intérpretes, los burócratas de todo tipo. La lengua de los medios de comunicación oficiales está calcada de las lenguas civilizadas de los medios dirigentes y de las universidades; todo remite, con ella, a un corte fundamental entre el decir y el hacer. Los únicos que tienen derecho a

³ Ver URL: <http://www.adbusters.org/home/>

⁴ Ver URL: <http://www.yomango.net/es/index.php>

⁵ Ver URL: <http://www.consumehastamorir.com/>

hacer son los dueños de esta especie de decir. Las lenguas del deseo, en cambio, inventan nuevos medios y poseen una tendencia irrefrenable a pasar a la acción (Guattari, 1980: 234)

Por otro lado, el hecho de abrir el micrófono a la intervención del público -ya fuera a través de llamadas telefónicas o como reporteros improvisados también puso en cuestión el monopolio de la emisión: “es la fragmentación del emisor que deja de ser único y se multiplica” (Prado, 1983: 115). Pero no todo fue innovación y cambio. A nivel de programas se siguieron utilizando los esquemas heredados de los medios oficiales, sin cuestionar el contenido ideológico que podían tener estas estructuras. Asimismo, los intentos de cambio del lenguaje llevados a cabo por *Alice* no llegaron a generalizarse y con su abrupta desaparición se produjo un retroceso en este sentido.

Hoy día, la pregunta por las particularidades del lenguaje propio de la comunicación de masas alternativa permanece abierta. Sigue habiendo acuerdo sobre la importancia de una comunicación orientada a la democracia y al cambio, pero no hay mucha investigación aplicada acerca de indicadores que orienten sobre como se consigue esto.

III. Emisión y recepción

En la medida que las experiencias de comunicación alternativa están orientadas a transformar las jerarquías de acceso a la elaboración y difusión de discursos, también aportan una mirada particular a la teoría del emisor y de la producción de significado, de una manera fundamentalmente diferente a las teorías de comunicación más tradicionales, así como a la teoría de la recepción.

La comunicación alternativa es un instrumento de la lucha popular contra el poder, de ahí que una de las diferencias fundamentales entre la teoría de la comunicación alternativa y la teoría de la comunicación dominante deba encontrarse en el área de la teoría del emisor y en las condiciones de producción del significado. Mientras la Mass Communication Research había centrado todo su interés en las audiencias, los efectos y el content analysis (contenidos manifiestos), la teoría de la comunicación alternativa tendrá un objeto de interés central en la teoría del emisor, es decir, en la interpretación de los condicionantes del poder sobre los procesos

En las teorías tradicionales la participación de los receptores del mensaje -el público, en general- está remitida a la compra del periódico o revista, escribir una carta al director o al gesto aún más simple de encender o apagar el televisor o la radio (Reyes Matta, 1986) o a unos flujos de relación emisor – receptor descendentes, producidos por la práctica comunicacional institucionalizada. Por contraste, una teoría de la emisión y la recepción realizada desde la perspectiva de la comunicación alternativa apunta a la transformación del receptor en emisor, que surge de reemplazar la dimensión vertical de la comunicación tradicional por una lógica horizontal (Aguirre Bianchi, 1979).

La noción de audiencia activa se diferencia, asimismo, de la noción de acceso tal cual fue acuñada por la UNESCO durante los 70s. Si bien este concepto de acceso se refería a las posibilidades de participación en la toma de decisiones relativas a las empresas de comunicación, planteaba la auto-administración como una meta en el horizonte más que como un objetivo contingente, dado que el foco de la UNESCO estaba más bien puesto en las instituciones de servicio público tradicional (los canales público-estatales). Así, la participación y el acceso fueron concebidos por la UNESCO a partir de un encuadre institucional previo que no se ponía en duda, pero que tampoco había sido creado por los propios emisores (Servaes y P. Malikhao, 2005).

Entre los precursores de la reflexión sobre la audiencia activa se puede mencionar a Brecht y Enzensberger. Brecht (1976) reflexionó acerca de la relación entre radio y democracia. Para el autor, una radio democrática debía poner su micrófono a disposición de la sociedad; convertirse en un medio dispuesto para la creación artística y para la organización social. Así, la función de la radio no sólo era emitir sino también convertirse en espacio de amplificación de las voces de los ciudadanos comunes y corrientes. Por una propuesta similar se va a decantar Enzensberger al señalar que el uso emancipador de los medios implicaba “por cada receptor, un emisor en potencia” (1974:43).

Pero, ¿qué son las audiencias? Se puede decir que son los públicos objetivos de determinados productos comerciales, el pulso con el cual se mide el impacto de los medios e incluso pueden ser concebidas como arquitectos de la producción cultural. Al respecto, se desarrolló principalmente durante los 80s y los 90s una gran cantidad de estudios e investigaciones dentro

del ámbito de los estudios culturales que buscaban dar cuenta del modo en que las audiencias se apropiaban y resignificaban los mensajes de los medios de masas, particularmente la televisión (Dayan, 1997).

Pero en el marco de las experiencias de comunicación alternativa, los receptores constituyen el grado extremo de la audiencia activa. Y al señalar este grado extremo me sitúo cerca de autores como Atton y Downing, que van incluso más allá de lo sostenido por la corriente de los Estudios Culturales, que reconocía la posibilidad de las lecturas oposicionales o de resignificación de los mensajes de los medios tradicionales por parte de las audiencias.

Cuando apunto a la idea de “extremo de la audiencia activa”, me refiero más bien a la idea de audiencias movilizadas, involucradas más que meramente informadas: usuarios de los medios más que meros consumidores, participando en un sentido social y no meramente como público.

La línea divisoria entre usuarios y productores activos de los medios se vuelve más borrosa si las audiencias son consideradas como usuarios de los medios más que como consumidores, activos más que acríticos y diversos más que homogéneos [original en inglés] (Downing, 2001a: 8)

Un modelo de medios alternativos y radicales debe contar con unas audiencias activas, pero no sólo en el sentido fiskeano de crear “lecturas oposicionales” de los productos de los medios tradicionales (Fiske, 1992a) sino también como “audiencias movilizadas”, incluyendo las nociones de vínculo horizontal, emisores – receptores y de estructuras organizacionales extremadamente democráticas. Aquí el ajuste con los modelos de comunicación dominantes deviene todavía más complicado [original en inglés] (Atton, 2002: 25)

Bajo el supuesto de la audiencia activa las distintas tradiciones -la europea, la norteamericana y la latinoamericana- se apropiaron de los postulados de Paulo Freire y su compromiso con el fortalecimiento de los oprimidos, los marginalizados y los sin derechos, coincidiendo en una comprensión de los medios alternativos como un proyecto de pedagogía crítica, caracterizada por la horizontalidad y por el reconocimiento del capital cultural del aprendiz como la base desde la cual podrá valorar e integrar otros conocimientos (Rodríguez, 2001). En el caso de las experiencias de comunicación alternativa y la constitución de audiencias activas, la aplicación

de las ideas de pedagogía crítica tienen que ver con la medida en la que estas experiencias empoderan a sus participantes y elevan su concienciación: en la medida que usan los medios para reconstruir sus propios códigos culturales para nombrar el mundo en sus propios términos, los participantes de estas experiencias provocan un quiebre en las relaciones de poder, ejercitan su autogestión y reconstruyen sus propias vidas, su futuro y su cultura (Rodríguez, 2001).

Desde la tradición latinoamericana, la idea del receptor-emisor activo -el emirec- fue acuñada originalmente por Kaplún (1998), a partir de un ejercicio de equivalencias entre modelos de educación y modelos de comunicación, según su énfasis en uno de los tres momentos del aprendizaje: origen, proceso o resultado. El modelo educativo que pone el énfasis en el proceso se correspondería con un modelo de comunicación de corte liberador, vinculando estrechamente tres conceptos: comunicación, organización y transformación. No existirían emisores y receptores, sino emirec's. El objetivo político de este modelo sería educar en una participación activa y crítica en el proceso comunicativo.

En la tradición europea, la multiplicación de los emisores que provocaron las radios libres va a ser la principal experiencia de audiencia activa conocida:

Es un chico cualquiera, incluso informalmente vinculado a la radio, que entra en un bar, pide diez fichas e informa en directo a la radio de lo que está viendo. Es una revolución en la técnica del periodismo. Nos hallamos ante un periodismo de lo instantáneo (Eco, 1980: 214)

El hecho de que cualquiera pudiera convertirse en reportero e informar de lo que ocurría desde el mismo lugar de los hechos, no dejó de tener consecuencias: llegó a provocar un cuestionamiento del sentido del trabajo periodístico y de los medios de comunicación de masas tal como eran entendidos hasta ese momento; es decir, como dueños del monopolio de la emisión.

Este periodismo instantáneo ha abierto un nuevo camino [...] Pero muchas de las nuevas radios han saltado el foso; se han reducido a puro canal, sin cerebro directivo. Han empezado a dar cabidas a llamadas telefónicas, a intervenciones de cualquiera que se pusiese en comunicación con ellas [...] se asiste a la crisis del protagonista, es decir, de la emisora (Eco, 1980: 215)

Con este cambio, las radios libres abrieron la puerta al cuestionamiento de todos los sistemas tradicionales de representación social, poniendo en duda la concepción del delegado, del diputado, del portavoz autorizado, del líder en general (Guattari, 1980: 233)

En el ámbito estadounidense, un fenómeno similar va a ser provocado por la democratización de las cámaras portátiles de video. Este soporte permitió en una primera oleada durante los 60s y luego también durante los 90s el uso de tecnologías mediáticas por gente común y corriente interesada en posicionar un discurso crítico propio, alejado de la reificación y de los estilos de vida que promueve la televisión convencional:

La gente común ha demostrado consistentemente un deseo de construir sus propios mensajes mediáticos cuando están disponibles herramientas tales como la imprenta, las fotocopadoras y las cámaras de video [Original en inglés] (Ouellette: 1995, 167)

Desde el punto de vista de la investigación, trabajos como los Lull (1990) también apuntaron a mostrar el carácter activo de la audiencia desde el punto de vista de su apropiación y resignificación de los mensajes televisivos.

Sustentabilidad del tercer sector de la comunicación

La sustentabilidad de las experiencias de comunicación alternativa es función de distintas dimensiones vinculadas entre sí: económica, social e institucional. Quien mejor sistematiza el tema es Gumucio – Dragón (2003). Sin embargo, otros autores abordarán el tema no remitiendo necesariamente a la misma tipificación, pero sí a su mismo sentido. Comprender la sustentabilidad como una articulación entre estas tres dimensiones permite entender mejor el modo en que las experiencias no son independientes del contexto en el que operan, así como da luces sobre el modo en que el seguimiento de ciertas estrategias contribuye a su fortalecimiento en el tiempo.

La sustentabilidad **social** está relacionada con el grado de apropiación de la experiencia por parte de la comunidad en la cual está inserta y/o la audiencia a la cual está dirigida, pues “a partir de un instante en que un medio de comunicación alternativo se crea, su estabilidad y persistencia dependen de cuántos sectores nuevos se vayan incorporando a la experiencia”

(Reyes Matta, 1982: 261). Tiene lugar a través de la participación de los destinatarios en la gestión del medio; por lo tanto, está vinculada con la participación de los actores sociales, con la apropiación del proceso comunicacional (Gumucio – Dragón, 2003) y el empoderamiento de la comunidad (Atton, 2002). Supone incrementar la percepción de satisfacción de las comunidades en términos de clase, etnia, religión, intereses y el seguimiento de estrategias tales como el trabajo voluntario de la comunidad (sin desmedro de su combinación con un trabajo profesional, necesariamente) (Rodríguez, 2001). Su eje es la definición del proyecto político comunicacional de la experiencia (Gumucio – Dragón, 2003). La sustentabilidad social se expresa en la relación como en la coherencia entre la acción social y el discurso que transmite la experiencia como medio de comunicación, así como en el modo en que eso se expresa en su relación con la sociedad civil organizada y con los sectores populares; con el modo en que resuelve la tensión entre profesionales y expertos. Por último, tiene que ver con los procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia: la coordinación entre los distintos niveles de operación, la regulación de cuotas de programas, prácticas consesionarias, publicidad y sindicalización; el monitoreo y premiación de prácticas innovadoras (Rodríguez, 2001).

La sustentabilidad **institucional** tiene que ver, con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes, es decir con el ambiente propicio para que una experiencia pueda desarrollarse sin censura y sin presiones externas (Gumucio – Dragón, 2003). Supone demandar a los gobiernos tanto regionales como locales que sean pasivos en el sentido de rendirse a la influencia de los medios ciudadanos al tiempo que activos -protegiéndolos por medio de la regulación-, procurando la búsqueda de fórmulas mixtas de propiedad (Rodríguez, 2001), así como la independencia editorial de partidos políticos u otras organizaciones (Atton, 2002).

La sustentabilidad **económica** remite a la independencia comercial – financiera y tiene que ver tanto con el financiamiento como con las estrategias de distribución de las experiencias.

Sustentabilidad Social

I. Praxis social y discurso

La sustentabilidad social de la comunicación alternativa está atravesada por los conceptos de praxis social y discurso, pero no como elementos separados entre sí, sino que uno como expresión de otro y ambos como dos caras del proceso de transformación social al cual

apuntaría la comunicación alternativa. El concepto de Comunicación Alternativa es dinámico y las experiencias de este tipo se definen básicamente por su vinculación con un proyecto político de transformación social e incluye también la democratización de las instancias de producción y recepción de mensajes. Es parte, por lo tanto, de una práctica política (Vinelli y Rodríguez, 2004).

La comunicación alternativa es un fenómeno caracterizado por un intento de creación dialogada, donde los propósitos comunicativos apuntan no sólo a una participación en la gestión y creación de mensajes, sino a objetivos más amplios de cambio estructural de la sociedad (Reyes Matta, 1982: 247)

¿En qué contextos surge un medio alternativo? Surge de la misma praxis social, cuando se hace necesario para producir mensajes que encarnen concepciones diferentes u opuestas a las que difunden los medios. Aparece, entonces, como parte de una actividad que lo trasciende, vinculado siempre al propósito de modificar en algún sentido la realidad (Simpson Grinberg, 1986b: 145)

La experiencia precede al lenguaje y le da sentido, de manera que el mensaje es una manifestación de la experiencia. De allí la centralidad de la praxis social transformadora como el punto de partida y horizonte de la comunicación alternativa. No es dando participación a la gente en los medios como se va a resolver todo, sino que la transformación de la audiencia en emisor tiene que ir acompañada de un cambio general en la forma como la gente va construyendo su vida cotidiana, en un sentido más amplio (Mattelart, 1971). De ahí también la opción de esta investigación por analizar “experiencias” antes que “medios” de comunicación alternativa.

La centralidad de la praxis no es un supuesto, sino precisamente una conclusión de distintos análisis de experiencias de comunicación alternativa en distintos momentos y lugares, durante los últimos 30 años.

Desde Mattelart y Piemme (1981), que en su análisis de las radios libres francesas hallaron que su éxito dependía de manera importante de prácticas sociales nuevas a nivel de la comunidad en la cual estaban insertas -considerando como ejemplos de estas nuevas prácticas a los movimientos sociales- hasta Rodríguez (2001), quien a partir de su análisis de cuatro

experiencias internacionales diferentes termina sugiriendo un cambio de eje hacia el espacio de las prácticas cotidianas como expresión de despliegue político mucho más explicativo del potencial de las experiencias de comunicación alternativa que el enfoque político tradicional.

Esas prácticas cotidianas transformativas son las que van generando un cambio a nivel simbólico y de producción de sentido -de los lenguajes utilizados para la comunicación, en definitiva- pues la propia praxis va mostrando que este es un aspecto clave del espacio social que se busca transformar (Mata, 1987). Lo que hace alternativo a este lenguaje es que en el se plantea que los grupos subalternos hablen desde su experiencia cotidiana de comunicación en vez de ser dichos desde un emisor exterior que se apropia de su habla.

En síntesis, la semántica praxis – discurso viene a decir que los soportes mediáticos son claves para una comunicación alternativa masiva, pero más importante es su contenido. Y su contenido no debe ser independiente de una praxis cotidiana que se plantea críticamente respecto del modelo de sociedad y de individuo que proponen los sectores dominantes y que expresan a través de sus medios de comunicación.

Deja “oírse” en ese espacio hasta ahora vedado: el de los medios masivos que sólo servían para acallararlo, ocultarlo, deformarlo. Y esa organicidad [...] deviene inmediatamente cuestionamiento de “los otros medios” que revelan su organicidad respecto de los “otros” sectores sociales, los identificados con el poder. Lo alternativo se sale así de los medios porque tampoco es en ellos donde se origina y comienza a definirse como un nuevo modo de presencia y participación en la realidad, más que en el hecho de producir o recibir unos mensajes (Mata, 1987: 225).

II. Movimientos sociales y sectores populares

Distintos autores sostienen un vínculo entre prácticas comunicativas y movimientos sociales. Desde quienes ven la relación entre ambas variables como el hilo conductor para entender el desarrollo actual de la cultura popular o “el modo como lo popular se inscribe constitutivamente en el análisis de los procesos culturales” (Martín – Barbero, 2003: 129) o como elementos de una relación dialéctica que incentiva las experiencias de comunicación alternativa (Downing, 1984; Downing, 2001a) hasta quienes sostienen que los movimientos sociales son en sí mismos

“procesos de comunicación” (Marí Sáez, 2001: 221).

Esta investigación se pliega al enfoque que sostiene la estrecha vinculación entre comunicación alternativa y movimientos sociales, sosteniendo sin embargo un matiz: estos últimos no son suficientes para dar sustentabilidad social al tercer sector de la comunicación si no están articulados con los sectores populares, con sus reivindicaciones materiales y sus expresiones simbólicas.

Como sostiene Neveu (2002), los movimientos sociales constituyen una variante de la acción colectiva y una herramienta de los dominados antes que de los dominadores. Sin embargo, la agenda de los movimientos sociales hoy en día sigue formando parte del ciclo de movilizaciones iniciado en los 60s con los denominados Nuevos Movimientos Sociales (NMS), una de cuyas características principales eran las reivindicaciones de carácter post-materialista (ecologismo, antimilitarismo, feminismo, etc). En su momento de surgimiento, estos valores “post” obedecían a la creencia en que las demandas sociales de orden material ya habían sido resueltas, de ahí que este tipo de movimientos creciera y se expandiera principalmente en los países del norte.

Hoy día, nuestra mayor conciencia de coexistencia global ha puesto en evidencia la presencia de necesidades materiales como post-materiales por resolver, tanto en los países del sur como en los países del norte. Al mismo tiempo, aquellas nuevas formas organizativas más horizontales promovidas por las propias reivindicaciones de los NMS tales como orientación emancipatoria, heterogeneidad social, organización descentralizada y antijerárquica, politización de la vida cotidiana, acción colectiva no convencional (Sadaba y Roig, 2004) también han ido permeando a los antiguos movimientos, tanto sus formas de organización como el sentido de sus reivindicaciones.

Esto ha significado también la necesidad de plantearse urgentemente el tema de la organización y el trabajo conjunto entre colectivos con intereses diversos, pero al mismo tiempo convergentes. Este aprendizaje del “trabajar juntos” por sobre contingencias específicas y con una mirada de largo plazo donde coexiste el logro de intereses comunes con el logro de los intereses propios de cada grupo, también forma de la sustentabilidad social.

Sin embargo, tanto los antiguos movimientos como los nuevos han adolecido históricamente de una perspectiva de trabajo – reflexión en el ámbito de la comunicación.

La izquierda política y los movimientos sociales en general tienen todavía una cuenta pendiente en su teoría y práctica política: replantearse seriamente la comunicación como un problema no de medios o de uso instrumental de los mismos para un discurso político radical, sino como un espacio de diálogo, de consenso y articulación de voces plurales, y de voluntades divergentes y solidaridades precarias (Sierra, 2004: 107)

Las excepciones las constituyen, cómo no, aquellos grupos o colectivos cuyas reivindicaciones tienen que ver con la comunicación. Lo que ocurre en la mayoría de los casos es que los movimientos sociales hacen concesiones para acercar sus criterios y requerimientos al lenguaje de los medios tradicionales, para que estos los incorporen en su pauta informativa.

Rucht (2005) identifica cuatro reacciones típicas de los movimientos sociales en su relación con los medios: abstención, ataque, adaptación y alternativas. Sólo la última reacción es la que da paso a la creación de medios propios. Asimismo, comparativamente hablando, han sido los movimientos globales contra el neoliberalismo los que más han impulsado en los últimos años, y en base a las posibilidades brindadas por los nuevos avances tecnológicos, la articulación de un intercambio en red que ha ido mostrando a través del quehacer cotidiano la importancia de la comunicación participativa como parte importante de una cultura democrática y de la transformación de la sociedad (Peruzzo, 1998).

III. Tecnologías y profesionalización

El tema de quien tiene el control de un medio o cuáles son los factores que inclinan el poder hacia un determinado grupo no es un tema ajeno al sistema de medios en general. En el caso de los medios público – estatales, por ejemplo, la tensión es regularmente entre los burócratas y los productores profesionales; en el caso de los medios privados, la tensión se da entre los tecnócratas y los creadores.

En el caso de las experiencias de comunicación alternativa, la tensión se da entre quienes portan la experiencia cotidiana de la exclusión y la subordinación versus los profesionales que

generalmente de manera desinteresada quieren participar de estas experiencias de comunicación alternativa, trayendo a estas su bagaje de conocimientos formales, que los hace necesarios al mismo tiempo que amenazantes respecto de cuál será la orientación, el contenido, los enfoques, las formas que se privilegiarán en la experiencia.

La producción teórica respectiva así como las experiencias que han servido para respaldarla presentan un quiebre temporal importante entre todo lo realizado hasta los 90s y la producción post 2000, marcada fuertemente por el propio desarrollo de las tecnologías (internet, fibra óptica, satélites, entre otras) y el uso que están haciendo de ellas los movimientos sociales. A estos cambios temporales también han de agregarse diferencias según el contexto geográfico más concreto.

Si bien se puede señalar a Mattelart como el primero en problematizar el tema de los profesionales como mediadores en las experiencias de comunicación alternativa, será un tópico recurrente dentro del campo, sobre todo entre fines de los 70s y principios de los 80s, vinculado a la pregunta por el sujeto protagónico de la comunicación alternativa. Si bien él utiliza el concepto de “pequeña burguesía”, su problematización es similar a la que otros autores posteriores utilizarán para hablar de los *mediadores* en general (intelectuales, profesionales, expertos).

En la investigación europea de principios de los 80s, por ejemplo, parecía predominante una visión desconfiada y reticente ante las tecnologías y su influencia sobre los procesos transformativos llevados a cabo por las experiencias de comunicación alternativa. El hecho de poner el acento en los procesos más que en los soportes, se basaba en un temor a darle demasiada relevancia a las tecnologías en sí, por considerar que eso hacía perder de vista el propósito social de las experiencias.

Quienes mejor reflejaron esta postura escéptica fueron Mattelart y Piemme, en su llamado a no perder de vista las determinaciones de clase en el acceso y las relaciones de los distintos sectores sociales con las tecnologías (que más bien tendían a la reproducción que a la transformación social), con determinadas consecuencias sobre quien lidera los procesos de construcción de los nuevos imaginarios que buscan transmitir las experiencias de comunicación alternativa (Mattelart y Piemme, 1981).

El tema de fondo que abordaban los autores (Y que ya formaba parte de otros trabajos previos de Mattelart) era el rol de los privilegiados del arte y la cultura en la gestación de experiencias de comunicación alternativa, en tanto mediadores intelectuales y técnicos:

Es básico interrogarse sobre los grupos sociales que en primera prioridad, debido a una estructura social existente y a una consecuente distribución del saber y habilidades están llamados a canalizar y dar la partida al cambio de la comunicación masiva (Mattelart et al, 1971: 169)

Reconociendo sus resistencias, sin embargo, ambos autores consideraban la presencia masiva de la pequeña burguesía en las nuevas tecnologías (o en los nuevos usos de ellas) como un hecho insoslayable. A partir de este dato proponían un acercamiento a la problemática procurando dejar de lado una visión mecanicista: había que abordarlo reconociendo el carácter contradictorio de la reproducción social, así como las posibilidades de alianzas entre estos grupos con mayor acceso a las tecnologías y los sectores sociales sin acceso a ella (Mattelart y Piemme, 1981).

En Estados Unidos, en cambio, la primer etapa del proceso había discurrido por otros derroteros. Allí las tecnologías -el video portátil, principalmente- se emplearon en un contexto marcado por las movilizaciones civiles, pero los activistas hicieron una especie de “acto de fé tecnológico” que les impidió ver las implicancias de su trabajo para el contexto social y económico de su país:

“Su creencia en el potencial utópico de la tecnología hizo a menudo que los usos alternativos pasaran por alto el hecho que las “fijaciones tecnológicas” solas no podrían redireccionar la desigualdad política al interior de los Estados Unidos [Original en inglés]” (Boyle, 1995: 168)

Esta mezcla de inocencia e ignorancia también les impidió afrontar adecuadamente las posibilidades brindadas por el sistema de medios tradicional, al intentar incorporar su trabajo y su estética: “siempre que el mundo del vídeo alternativo intentaba hacerse con el poder sobre (o dentro de) la televisión, sus mensajes más radicales se replanteaban, diluían o entraban a formar parte del sistema de valores más amplio de los medios de masas” (Boyle, 2000: s/p)

Durante este mismo período, los investigadores latinoamericanos también dedicarán reflexiones

al tema, notando también el carácter contradictorio al tiempo que profundamente palpable de la relación entre experiencias surgidas en condiciones de subordinación y profesionales expertos interesados en apoyarlas del exterior.

La actitud predeterminada de no intervenir para no perjudicar es tan deplorable como la manipulación deliberada. Condenar previamente cualquier tipo de intervención en las comunidades populares refleja un puritanismo inconsecuente o un dogmatismo político (Gonzaga Mota, 1987: 193)

Gonzaga Mota identificaba a los grupos subordinados como la chispa primera, pero insuficiente, para el desarrollo de las experiencias de comunicación alternativa, por considerarlos desorganizados:

El espontaneísmo y la movilización popular son condiciones necesarias pero pueden no ser suficientes. La solidaridad y el apoyo externo ayudan a los grupos populares a organizarse, a definir sus objetivos y descubrir medios de alcanzarlos a través de un soporte logístico, financiero, técnico, legal y político, sin los cuales sus tareas serían mucho más difíciles o imposibles de realizarse (Gonzaga Mota, 1987: 194)

Al mismo tiempo, hacía un llamado a no identificar la necesidad de apoyo organizativo externo con asistencialismo ni paternalismo.

El hecho de prestar ayuda no podrá llevar nunca a las instituciones de apoyo a asumir una actitud filantrópica asistencialista [...] El hecho de conocer técnicamente un asunto no da necesariamente a los especialistas una mejor comprensión de los problemas comunitarios ni el derecho de decidir por otro (Gonzaga Mota, 1987: 200)

En un tono similar, Paiva (1983) sostuvo que tanto las clases populares como los mediadores (profesionales, intelectuales, pequeña burguesía) eran los protagonistas de la comunicación alternativa. Sin embargo, el alcance de estas experiencias era diferenciado puesto que aquellas que carecían de mediadores sólo cubrían ámbitos más específicos y delimitados, además de ser reduccionistas en sus contenidos, verticalistas en su organización interna y también localistas, con todas las limitaciones que ello implicaba. En conjunto con otros investigadores, Paiva dirá

que la presencia de mediadores constituye un requisito indispensable para el pleno desarrollo de una experiencia de comunicación alternativa que trascienda a la marginalidad o la mera resistencia. Sin embargo, también encontrará ciertas constantes en las experiencias que combinan sectores sociales subalternos y mediadores, que podrían ser contraproducentes para este objetivos, tales como:

- Hasta qué punto existe verdadera coparticipación
- La no consubstanciación de los mediadores con esos sectores
- La sustitución de la movilización de la acción organizada de los sectores populares, por la acción del mediador
- La investigación no se ha integrado a ellas como método de conocimiento a través de la acción y la reflexión
- La gran mayoría de ellas se desarrolla en un virtual aislamiento
- La falta de una formación teórica y técnica que contribuya a su eficacia.

De una manera similar, Renzo Karzow (1980 citado en Gonzaga Mota, 1987) ya llamaba la atención sobre el cuidado que debía existir en la interacción entre grupos populares y agentes externos, señalando que había que tener en cuenta cuestiones como la siguiente:

- Conocimiento adecuado de la problemática ética, cultural, social, económica y política de la comunidad de base, a través de investigaciones comprometidas con la realidad;
- Reflexión crítica y cognoscitiva de la realidad y capacidades de y con las comunidades de base;
- Planificación de las acciones desde y con las estructuras sociales de base, buscando el mayor grado de participación real factible y que esta planificación de acciones comprenda las aspiraciones y problemas de la comunidad;
- En un contexto de planificación desde y con las estructuras sociales de base, buscar el traspaso de elementos tecnológicos apropiados con las realidades socioculturales de los participantes;
- Gran respeto por los grados de libertad propios de los participantes y la libertad de sus decisiones.

Tanto en el ámbito europeo como en el latinoamericano de la discusión sobre la problematización del rol de los profesionales en la comunicación alternativa los periodistas

ocuparán un lugar de particular relevancia. Moragas, por ejemplo, valiéndose del concepto de *subproletariado informativo*, apelará a los periodistas como agentes neutralizadores del poder de los grandes medios precisamente a partir de la condición de “obreros de la información” que ocuparían en el entramado social:

La clase que constituyen los profesionales de la comunicación, por propias exigencias de la correspondiente estructura industrial, crece cuantitativamente, generando una especie de subproletariado informativo, cada vez más consciente de la importancia social de su tarea, y menos dispuesto a ejercerla al dictado de las consignas y las censuras del patrono emisor, introduciendo en el seno de la organización emisora un germen de control popular y de neutralización de aquella monopolización (Moragas, 1979: 80)

Este planteamiento es coincidente con el de Reyes Matta, para quien el periodista es un mediador profesional: la mayoría de los periodistas se vería obligado a realizar su tarea en una cadena de generación de información orientada a satisfacer los intereses de la industria de masas (alto impacto, grandes tiradas, dependencia de la publicidad), pero el lugar de los periodistas progresistas era estar junto a los procesos de cambio, de participación y de democratización auténtica: “es importante que los periodistas sientan que en los receptores de la información, en ese público amplio e influido por las decisiones empresariales, hay un aliado potencial al que no se le toma en cuenta” (Reyes Matta, 1986: 118). En Estados Unidos, en cambio, este lugar lo ocuparán de manera más concreta los trabajadores del audiovisual.

De las tres zonas de influencia, fue en Latinoamérica donde más se problematizó esta temática, posiblemente a causa de la existencia de diferencias sociales más notorias que en las otras dos zonas analizadas. Una investigación realizada en los 80s por Cadavid sobre el impacto del NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación) en sectores populares del área urbana de Bogotá ponía de manifiesto la distancia conceptual y vivencial entre estos y los investigadores en temas de comunicación alternativa. El estudio daba cuenta de que los sectores populares no percibían como problemática la televisión que veían ni los procesos relativos a ella.

Haciendo un recuento del conjunto de problemas del cual surgen los principios del NOMIC y de la democratización de las comunicaciones,

ninguno de ellos -y menos el conjunto- forma parte de un mundo que les concierne en algo (Cadavid, 1987: 343)

Asimismo, el estudio abría una serie de preguntas sobre el carácter socialmente determinado de la demanda del NOMIC y el modo en que había que hablar del problema de la desigualdad comunicativa de manera de dotarlo de sentido para los sectores populares.

Sin embargo, el panorama actual dista un poco de aquél trazado décadas atrás, lo cual obedece tanto al propio desarrollo tecnológico como a procesos sociales que lo exceden. Entre estas últimas razones habría que señalar, por ejemplo, todas aquellas vinculadas a las críticas de las denominadas “vanguardias” en los procesos de transformación social, cuyo rol ha sido justamente criticado en el marco del pensamiento político posmoderno.

Asimismo, aunque sigue siendo restringido, el acceso a las tecnologías mediáticas (audiovisuales, sobre todo) se ha tendido a democratizar, así como se han diversificado los sujetos emisores. Según Ouellette (1995: 170) “los video activistas de hoy son más diversos en términos de género, raza, clase y sexualidad; y significativamente, muchos reconocen que no pueden permitirse creer únicamente en el potencial radical de la tecnología [original en inglés]”.

En el marco del desarrollo teórico, en tanto, la centralidad que ha venido adquiriendo la audiencia activa, por ejemplo, está en tensión con el presunto carácter “necesario” de mediadores profesionales. Porque un medio alternativo debe estar disponible para gente común sin necesidad de entrenamiento profesional, sin excesivo capital, donde roles y responsabilidades sean más bien discretas e imbricadas, todo lo cual transforma las nociones de profesionalismo, competencia y experticia.

El rasgo clave de estos medios es la erosión del experto que depende de la educación formal y la profesionalización, para ser reemplazado por el autodidacta, calificado informalmente a menudo a través de la experimentación colectiva. En términos bourdesianos este autodidacta tiene “una relación para legitimar la cultura que es al mismo tiempo “liberada y desengañada, familiar y desencantada” (Bourdieu, 1984: 84). El “modo herético de adquisición” (ibid: 328) del capital cultural por parte de los intelectuales contra-culturales es “conducido por su rechazo a ser clasificado, con el mandato de resistirse a los códigos fijados”

(Featherstone, 1991: 44) [original en inglés] (Atton, 2002: 153)

Además que por su propia dinámica los medios alternativos están más interesados en la educación ganada a través de la acción que en la educación formal. Es decir, como praxis social que es constituyente de las experiencias y de su contribución a la transformación social.

Si la noción de movilizar información, información para la acción, es vista como “acción sobre la acción” (como lo la hecho Melucci), como una práctica reflexiva que ayuda a cambiar el “mundo de vida” de sus participantes, entonces la auto reflexividad dentro de un “espacio libre” - como en el caso de un proyecto de medio alternativo- puede ser visto como una auto-acción sobre una auto-acción (Cox, sin fecha) donde todos los individuos son capaces de realizar su propio potencial y desarrollar la autoconciencia que puede levantarlos desde la comprensión de una posición dentro del espacio libre y el potencial propio para crear y contribuir desde esa posición. La experimentación y creatividad con posibilidades alternativas de “ser” y “hacer” formarán el núcleo de esa actividad; la autonomía y la ausencia de relaciones de poder desbalanceadas pueden desarrollar un “habitus reflexivo” (Cox, 1997) que puede conectar el sí mismo con el mundo de la vida [original en inglés] (Atton, 2002: 154)

De esta manera, evidencian en la práctica que tanto la baja cultura como la alta cultura “genera” capital cultural con la correspondiente autoridad cultural entre sus consumidores. Desde un punto de vista complementario, el desarrollo tecnológico actual hace posibles nuevas concatenaciones productivas y comunicativas, propiciando la emergencia de la figura del “trabajador cognitivo” que evidencia un vínculo entre responsabilidades políticas, culturales y científicas a través del medioactivismo y que expresa la posibilidad de una apropiación autónoma de los dispositivos tecnológicos (Berardi et al, 2004).

Estaríamos asistiendo más bien a la erosión del experto y a su reemplazo por la figura del autodidacta. Con las nuevas tecnologías, aquellos juicios o conocimientos que en las formas organizativas tradicionales eran realizados por líderes políticos o asesores en una relación vertical y jerárquica, hoy se encuentran dispersas de manera horizontal entre muchas personas que poseen conocimientos especializados relevantes, sin que esto garantice que su palabra sea la más importante al momento de la toma de decisiones (Wright, 2005).

No obstante lo anterior, en esta tesis el tema de la profesionalización se plantea como una problemática a dilucidar en virtud de los resultados del análisis de las distintas experiencias a revisar debido a las diferencias que existen entre países desarrollados y en desarrollo respecto del acceso a las tecnologías y que podrían ser explicativas de las diferencias en los acercamientos entre autores que problematizan el tema desde realidades diferentes. Valga por ahora la opción planteada al respecto por Rodríguez, quien en este punto llama a no excluir ninguna opción.

En ciertos casos, tales como las comunidades suizas, el acceso a la tecnología profesional insertó a la comunidad en una brecha hacia el profesionalismo que excluyó la producción material amateur. Por otro lado, otras experiencias muestran que el amateurismo también puede amenazar la sobrevivencia de los medios ciudadanos [..]. Con todo, yo creo que el principal recurso de los medios ciudadanos contra la extinción es su apertura a la diversidad. Esto es, la exclusión de nada: hábiles programas seguidos de programas con producción amateur, el uso de diversas tecnologías -de volantes hasta internet-, y alianzas con diferentes grupos fortalecerán estos proyectos con la suficiente flexibilidad para navegar a través de las tempestades económicas, ventiscas políticas y tornados regulatorios [original en inglés] (Rodríguez, 2001: 53-54)

IV. Organización interna

En términos de sustentabilidad este tópico se refiere al proceso de organización de los interesados y la coherencia democrática interna que asuman como organización. El uso correcto de los medios exige y posibilita una organización. Por esto es que la planificación no puede ser desestimada como parte de la organización interna de una experiencia de comunicación alternativa que busque sustentabilidad en el tiempo.

Planificar implica la reflexión del colectivo sobre el modelo deseado e implica seleccionar opciones y fines, a partir de determinados juicios de valor. Otorga protagonismo a los sujetos que forman parte de la experiencia y los hace sentir como actores relevantes de la historia que se va construyendo. Planificar permite contrastar el modelo deseado (la utopía) con lo posible (real) y actuar orientado hacia lo viable, que sería una manera de convertir la utopía en una praxis, un horizonte de futuro que se va construyendo en el día a día (Gonzaga Mota, 1987).

La pregunta que viene a continuación es por el modelo a seguir. Downing (2001a) diferencia en un primer nivel entre dos modelos de organización de las experiencias de comunicación alternativa: el leninista y el autoadministrado.

Según este autor, el modelo leninista se caracterizaría por transmitir única y simplemente las prioridades de una élite partidista. Pero pese a la perspectiva crítica con la cual se plantea ante este modelo, Downing también reconoce que su carácter jerárquico y rígido ha sido el único sentido común posible -bajo determinados contextos políticos de represión, por ejemplo- de ahí que no pueda ni deba ser descalificado a priori⁶. El modelo autoadministrado, en tanto, se caracteriza en principio por expresar las posiciones del colectivo que le da vida y, por lo mismo, las experiencias de este tipo tienden a ser más bien de pequeña que de gran escala. Así como el primer modelo no es necesariamente desechable pese a su autoritarismo, el segundo tampoco debe considerarse per se “más” democrático.

En un segundo nivel, Downing plantea la distinción entre experiencias alternativas represivas y democráticas, la cual conecta con distinciones planteadas previamente por otros autores quienes reconocen que incluso en el campo alternativo se pueden producir mensajes autoritarios (Simpson Grinberg, 1986b) o comportamientos sectarios (Prokop, 1979). La distinción fundamental entre experiencias represivas y democráticas radicaría en el potencial de una experiencia para responder a las tendencias y movimientos transformativos de la sociedad desarrollando las potencialidades de la audiencia (entendiendo por ello cuestiones como la reflexión crítica o el incremento de la libertad personal colectiva). De lo que se trataría, en última instancia, sería de no perder como horizonte los intereses de los emisores - receptores.

Ya hablando de las experiencias democráticas, habría que destacar también la necesaria coherencia entre discurso democrático hacia afuera y democracia interna. Toda producción que tenga por objeto los intereses de los emisores - receptores, presupone un método colectivo y descentralizado de producción (Enzensberger, 1974). Para Albert, son ciertos atributos de la democracia interna los que definen la alternatividad de una experiencia, entendiéndose por ello cuestiones como: ingresos y condiciones de trabajo equivalentes para todos, reducción y/o

⁶ Del mismo modo, hay que agregar matices a la distinción de Downing en el sentido que más allá del partidismo y verticalismo asociado a la palabra *leninismo*, existe en varios trabajos de Lenin una reflexión sobre los medios de comunicación no sólo como vehículos comunicativos sino también como formas de organización política, que puede ser de particular relevancia cuando se conciben los medios de comunicación como vehículos de acción y expresión social, política y cultural.

eliminación de jerarquías, así como incorporación de objetivos feministas y multiculturales orientados a la disminución de divisiones raciales y sexistas del trabajo (Albert, 2000: s/p).

El carácter de problemática abierta de esta temática queda en evidencia en el matiz que introduce Downing (1984) al señalar que con toda la relevancia que tienen las cuestiones de la democracia interna, tanto respecto del funcionamiento de una experiencia como respecto de su contribución a la democratización de las comunicaciones en general, tampoco se trata de adoptar procesos de trabajo ultrademocráticos por razones abstractas, sobre todo cuando a veces el rol de un individuo particular ha sido el factor decisivo para asegurar la realización de una experiencia.

Un ejemplo de las tensiones y matices del tema lo brindan las radios libres italianas. En ellas se abogó explícitamente por una desjerarquización de la toma de decisiones, por la participación directa de los grupos de base, que contribuyeron a eliminar la división social del trabajo. Pero por otro lado, en los momentos de conflicto social más intenso, esta misma lógica de funcionamiento convirtió a la radio en un medio acéfalo (Prado, 1983: 116).

Otro ejemplo lo constituyen las denominadas “smarts mobs” o multitudes inteligentes, según un término empleado por Rheingold (2004) y que hace referencia a conjuntos de personas capaces de actuar y trabajar en red aunque no se conozcan personalmente, cuyo accionar conjunto ha sido posibilitado por los nuevos desarrollos tecnológicos. Rheingold sostiene que si bien las redes constituyen la forma más novedosa de organización social (después de las tribus, las jerarquías y los mercados) y que pueden propiciar formas democráticas de toma de decisiones, eso no implica que la transición hacia formas de organización social en red sea necesariamente agradable y con resultados benévolos, planteando ejemplos de organizaciones sociales que se valen de la estructura en red para desarrollar prácticas delictivas o anti-sociales.

Sustentabilidad institucional

Políticas de comunicación

La discusión sobre las políticas de comunicación tiene que ser sacada del encuadre tecnológico al cual lo ha desterrado el discurso neoliberal. Es necesario encuadrarlas social y culturalmente,

para poner en evidencia su carácter construido y, por lo tanto, posible de deconstruir. Que el consumo televisivo haya sido pensado en el contexto del hogar y la familia, ha sido una construcción política. Del mismo modo que es una construcción política la naturalidad con la cual asumimos el sistema televisivo oficial como parte de nuestra vida cotidiana sin reparar en que todos tenemos teóricamente el mismo derecho a emitir por medio de un canal -el espectro radioeléctrico nos pertenece a todos- y sin reparar tampoco en que nuestro consumo de bienes es el que sostiene la publicidad que a su vez financia parte importante del sistema televisivo. Así, el cambio de encuadre de las políticas de comunicación lo que permite es poner en evidencia que la comunicación es un campo de disputa en plena ebullición.

Katz distingue cuatro etapas históricas en las políticas de comunicación: la de la vieja estructura del broadcasting, la de los nuevos medios, la de los medios globales y de la era digital. Actualmente, nos encontramos entre la tercera y la cuarta etapa, marcadas por factores como desregulación, privatización, convergencia y competencia, que predominan en la discusión (Katz, 2005).

Sin embargo, el debate tecnocrático contrasta con una realidad donde no todos los interesados tienen las mismas posibilidades de competir. De hecho, en el sistema televisivo existen barreras de entrada, que contribuyen a convertir el mismo en un oligopolio, sin que eso parezca preocupar a nadie, cuando se trata de un fenómeno que contribuye a disminuir la representatividad social del sistema de medios.

Es por eso que las políticas de comunicación debieran combinar lineamientos que apunten a la competitividad sin que ello excluya el desarrollo de lineamientos a favor de unos medios con fines sociales por sobre el lucro y el proselitismo. De otro modo, los Estados estarían actuando negligentemente al permitir, por omisión, la desaparición de unos medios y de unos discursos, tan legítimos como los de aquellos que sí tienen el poder para hacer notar sus intereses en el debate.

De lo que se trata es del viejo tema del acceso, pero en una versión revisitada, más acorde con los nuevos desafíos tecnológicos, sus posibilidades y riesgos. Asegurar el máximo de acceso de la gente a los medios de comunicación (ya no sólo por las vías institucionales planteadas por los medios públicos – estatales, en la versión de acceso de la UNESCO) tanto en su capacidad como receptores y consumidores, así como en tanto productores y emisores de mensajes.

A pesar de la urgencia de esta problemática, tanto en el ámbito de la investigación como en el de las experiencias alternativas ha sido persistente una actitud de reticencia y desconfianza hacia el Estado –que es en definitiva el último eslabón clave en el tema de las políticas-, precisamente por el riesgo de cooptación política que connota este acercamiento, este acto de “hacerse visibles”.

¿Es efectivamente a la convergencia a lo que la comunicación popular por un lado y la política estatal por el otro están conduciendo, o se trata de una ideología de co-optación proveniente de una muy sofisticada “mentalidad de hermandad” que, consciente o inconscientemente, están adoptando los organismos estatales para aislar y controlar los movimientos de base? (Pavelka, 1979: 48)

Williams, por ejemplo, desconfiaba del Estado a tal punto que consideraba impensable que pudiera existir un sistema auténticamente democrático de comunicación con propiedad estatal (Sparks, 1992). Sin embargo, no fue capaz de pensar, por ejemplo, en modelos nuevos que preservando la propiedad del Estado llegaran a permitir una gestión de los medios desde la sociedad civil.

En los países con tradición de medios de radio y televisión pública, esta reticencia tiene raíces históricas, puesto que cuando el Estado tenía el monopolio de los medios como la radio y la televisión, él era el “enemigo” que obstaculizaba la democratización de las comunicaciones. Con la desregulación, así como la intensificación de los procesos de comercialización e internacionalización, el “enemigo” actualmente es mucho más “amorfo” y el Estado puede convertirse en un aliado.

Como contrapunto, resulta interesante el acercamiento que realizan Berardi et al (2004), al plantear la pertenencia de las experiencias de televisión alternativa italianas a una dimensión no estatal de lo público, pero que sin embargo requiere de un Estado que brinde las condiciones necesarias para su desarrollo, en virtud del deber democrático que le impone la sociedad al Estado, procurando hacer posible que quienes no tienen grandes recursos financieros se expresen (no sólo como usuarios, sino también como productores) en el campo de la comunicación social en condiciones de paridad con los grandes grupos privados, basados en el

principio de que el suelo en el que las empresas privadas de cableado colocan sus cables es público.

A la luz de la evidencia actual, Bustamante (2002), plantea que la multitud de experiencias culturales surgidas de la sociedad civil están presionando hacia una redefinición del concepto de servicio público y con ello están presionando hacia una redefinición de las políticas públicas en los distintos ámbitos culturales, incluyendo la comunicación, pero para que esta presión logre convertirse en hechos, se requiere de un movimiento reivindicativo que integre a los distintos sectores sociales, que plantee la primacía de la política sobre la economía, así como de la democracia sobre el mercado. Asimismo, sostiene que en este contexto el Estado debiera desarrollar una política cultural orientada hacia un equilibrio entre el sector público, el sector privado y el sector social, así como a la promoción del pluralismo dentro de cada sector.

El objetivo de las políticas culturales y de comunicación, con la diversidad como meta es, en definitiva, “un peso equitativo de los tres modelos (...) que salvaguarde el pluralismo en cada modelo (Yúdice, 2002): el equilibrio en el mercado (entre profesionales, pymes y grandes empresas), en el Estado (con gestión y control autónomo de sus funciones) y con el tercer sector (asociativo y no lucrativo) (Bustamante, 2005: 8)

En este punto, es donde las políticas de comunicación adquieren toda su significancia “política”, conectando la democracia en general con la democracia comunicativa; el sistema político con el sistema de medios. Así como la democracia requiere no sólo de condiciones formales sino también sustantivas para asegurar la gobernanza, para que un sistema de medios sea concebido como democrático, requiere de condiciones generadas por el Estado y que aseguren que todos los sectores participemos de los medios de comunicación de una manera equitativa. Las políticas de comunicación son formuladas dentro de determinadas condiciones sociales y políticas, de ahí que la falta de representatividad y legitimidad en el sistema de medios remite, en última instancia, a una crisis del sistema político.

Pero participar en el debate sobre las políticas de comunicación implica riesgos para las experiencias de comunicación alternativa: por un lado, constituye una manera de legitimar un sistema legal que la mayoría de las veces afecta con su funcionamiento a los mismos sectores sociales que promueven la comunicación alternativa; por otro, presenta siempre el riesgo de

“sobre-legalizar” dimensiones de la vida social que aún no han sido colonizadas por reglamentaciones y regulaciones. Sin embargo, parece predominar hoy en día la idea de no rechazar en sí este acercamiento bajo la condición de que los impulsores de las experiencias desarrollen y puedan alcanzar una capacidad de negociación suficiente para hacer frente a estos riesgos, mediante el manejo y dominio de información clave sobre el funcionamiento de marcos regulatorios, sus riesgos y utilidades potenciales, así como un seguimiento de las reacciones del resto de los actores vinculados al tema (empresas, partidos políticos, etc) (Rodríguez, 2001). Posiblemente, ha sido la misma evidencia de la influencia que ha alcanzando el sector privado en la configuración de las políticas de comunicación la que ha inclinado la balanza hacia la opción de introducirse en el debate de manera más explícita y cada vez más organizada.

En este sentido, podría sostenerse que la opción de los medios de comunicación alternativa y sus miembros por participar del debate legislativo es más bien signo de la crisis de representatividad y pluralidad del sistema de medios, ante la cual consideran necesario aportar desde su óptica particular para propiciar su transformación hacia un sistema más democrático y representativo: la situación actual sería lo suficientemente crítica como para correr el riesgo. Sin embargo, este acercamiento de los medios del tercer sector también podría considerarse como una oportunidad del Estado para reivindicar su “mano izquierda”, aquella más orientada hacia la consecución de fines prosociales.

De todos modos, lo que parece predominar dentro de la tradición de investigación es una escasa reflexión sobre cómo articular las experiencias de comunicación alternativa y las políticas de comunicación, que de algún modo también permite entender por qué la pregunta por la propiedad tampoco está demasiado presente. En ambos casos se manifiesta una tendencia a permanecer fuera del alcance de la ley, lo cual puede constituir tanto una fortaleza como una debilidad. Por esta razón, será otra de las problemáticas abiertas a la cual esta investigación buscará dar respuesta en base a las experiencias a analizar.

En el ámbito específico del debate sobre la propiedad, predomina en el tiempo la idea de que es una condición necesaria pero insuficiente para asegurar el éxito de una experiencia de comunicación alternativa (Enzensberger, 1974; Simpson Grinberg, 1986b). Unos de los argumentos relacionados con esta posición es que más importante que el acceso a la propiedad en sí sería el tránsito de unas condiciones de control de la propiedad ejercido por propietarios o funcionarios, a unas condiciones de propiedad caracterizadas por un control social directo.

Ahora bien, ¿cuál sería la mejor entrada a las políticas de comunicación desde la perspectiva de un tercer sector de la comunicación?

Lo más adecuado sería desarrollar en un primer nivel, una propuesta general de políticas sobre cómo debiera funcionar el sistema de medios para luego, desde ahí, referirse a las particularidades que debieran tener las políticas específicas para los medios del tercer sector.

Para una propuesta general, conviene revisar el concepto de “principio del organismo regulado” defendido por Keane (1991) y Thompson (1998), para referirse a una estructura del sistema de medios que permitiera la coexistencia de una pluralidad de organizaciones mediáticas independientes, bajo distintas formas de propiedad y control, que fueran independientes del poder del Estado pero que al mismo no quedaran al vaivén del mercado. Para Keane, lo único que podía asegurar que el sistema de medios no dependiera del poder estatal ni del poder del mercado era la creación de medios de la sociedad civil financiados con fondos públicos, sin fines de lucro y con garantías legales. El sistema de medios debería estar orientado así por una legislación que fuera al mismo tiempo restrictiva respecto de fusiones, absorciones y cruces de propiedad de compañías y permisiva en el sentido de crear condiciones favorables para el desarrollo de organizaciones mediáticas que no formen parte de los grandes conglomerados.

En los términos de esta investigación, lo que ambos autores vienen a decir es que si no existe un tercer sector de la comunicación, el sistema de medios completo pierde libertad, pierde pluralidad y pierde representatividad.

Pensando en lo que caracterizaría en este debate a las políticas de comunicación relativas al TSC, Burch propone que esa entrada debiera ser desde un concepto enriquecido de derecho a la comunicación; es decir, la promoción de políticas que no sólo legitimaran la libertad para crear medios a los grupos organizados de la sociedad civil, sino que además abordaran las condiciones estructurales de funcionamiento del sistema de medios, impulsando leyes antimonopolio y políticas de fomento de la pluralidad (Burch, 2003). Todo ello, desde una perspectiva que supere la distinción entre modelo privatizador liberal y modelo de propiedad estatal de los medios, dando relevancia y estatus equivalente a un modelo social de comunicación, procurando al mismo tiempo el desarrollo de medidas que aseguren su sustentabilidad material.

Este modelo social debería tener algunas características tales como fórmulas de planeación, gestión y control democrático por parte de la ciudadanía y sus representantes sociales, local y regionalmente.

Con respecto a la propiedad, hay consenso entre distintos investigadores sobre la necesidad de crear un régimen de propiedad de los medios de comunicación distinto al privado comercial y al público estatal. Sierra, en particular, vinculará este nuevo régimen de propiedad a una redefinición del concepto de servicio público basado ahora más bien en las redes sociales.

Sistemas mixtos de comunicación público societarios en torno a las redes y plataformas ciudadanas, los movimientos sociales, los profesionales del sector, los usuarios y colectivos educativos, al igual que los culturales y políticos (Sierra, 2004: 108)

Dentro del debate sobre la propiedad, las políticas relativas al reparto del espectro son un tema crucial, ya que muchas veces ante las demandas de los medios del tercer sector, las autoridades argumentan que las negativas para otorgarles reconocimiento y licencias son consecuencia de un espectro radioeléctrico limitado. Sin embargo, hoy sabemos que estas decisiones no sólo son técnicas, sino que también políticas, sobre todo referidas a qué emisores se consideran más legítimos que otros, un grupo de privilegiados cuya conformación varía levemente de país en país.

La distribución del espectro en el caso de internet muestra un proceso un tanto diferente y desde el cual se podrían plantear nuevas perspectivas para entender lo que ocurre en el caso de la televisión.

En la doctrina liberal, se sostiene que no pueden existir bienes comunes porque siempre hay alguien que hace un mal uso de ellos y termina haciendo que se extingan o se malogren (“la tragedia de los comunes”). Sin embargo, los principales recursos de internet se han mantenido como bienes comunes y eso no ha impedido el desarrollo de nuevos avances; por el contrario, lo ha propiciado. Internet muestra que el espectro puede destinarse a fines privados o a bienes comunes y que ambos propósitos no son incompatibles. El wifi, por su parte, plantea hoy en día la posibilidad real de un espectro prácticamente ilimitado y de paso cuestiona cuáles debieran

ser las competencias de las autoridades regulatorias en este nuevo escenario (Rheingold, 2004).

Para Benkler (citado en Rheingold, 2004), por ejemplo, los avances tecnológicos están cuestionando hoy día el fundamento de la regulación del espectro, al menos de la manera centralizada en que venía ejecutándose esta regulación. Sin embargo, tanto este autor como Lessig hacen una reivindicación del espectro como un bien común, que puede utilizarse con fines privados en una o varias de sus franjas, pero que no debe ser privatizado ni vendido el mismo. Esta opción amplificaría las posibilidades de desarrollo no lucrativo del espectro.

Rifkin ofrece un análisis complementario al señalar que con las nuevas tecnologías la antigua concepción de propiedad debe ampliarse para dar cabida al derecho a no ser excluido del acceso. Lo anterior también cuestiona el rol de los Estados, que ahora debe concentrarse todavía más en la democratización de la comunicación y menos en la simple administración del espectro:

En este contexto, el papel del gobierno consiste en asegurar el derecho individual de acceso a las múltiples redes -tanto en el espacio geográfico como en el ciberespacio- mediante las cuales la gente se comunica, interacciona, negocia y construye su cultura (Rifkin, 2000: 310)

Esta perspectiva pone así completamente en entredicho las restricciones que están imponiéndose en el marco de la implantación de la televisión digital terrestre y que están acabando con las experiencias de televisión alternativa que antes intervenían el espectro radioeléctrico sin necesidad de contar con licencias. El proceso de adjudicación de licencias de TDT está basada en el supuesto de que son más las licencias que los interesados, cuando lo que ocurre en realidad es que el único criterio utilizado para determinar el número de licencias a entregar es un criterio mercantil: a) en cuanto se puede aumentar el número de emisores para que el negocio de la televisión (y ahora, sus servicios adicionales) siga siendo rentable y b) cuánto capital exigir a las propuestas que se presenten, de manera que ello genere una selección natural de los interesados.

Algunos países han ido más lejos todavía: no han asignado licencias, sino que han optado directamente por vender parte del espectro radioeléctrico -un bien común, un bien público- a empresas privadas. Todo este proceso de privatización del acceso al espectro radioeléctrico

también está bloqueando el potencial democrático de internet. Esto último lleva a cuestionar todavía con mayor fundamento las soluciones que muchas veces dan los políticos a las demandas de licencias de televisión para el tercer sector de la comunicación. Ellos dicen “pásense a internet”, cuando tanto la televisión digital como internet están corriendo los mismos riesgos de privatización.

Sustentabilidad económica

Estrategias de financiamiento y distribución

Este apartado se refiere al tema de las fuentes de financiamiento que posee una experiencia de comunicación alternativa, con especial atención en la responsabilidad que le cabe al Estado en el financiamiento de actividades de promoción cultural (Gumucio – Dragón, 2003).

La pregunta por el financiamiento de las experiencias de comunicación alternativa no tiene respuestas simples. En primer lugar, tiene que tratarse de fuentes diversas para no tener que depender de una sola de ellas (Rodríguez, 2001; Atton, 2002; Vinelli y Rodríguez, 2004). Al mismo tiempo, persiste la idea de que en el tema del financiamiento le cabe un rol protagónico al Estado, ya que este tipo de medios de comunicación realizan una tarea social y por tanto, pública.

Sin embargo, el tema del rol del Estado está lleno de matices, respecto de la legitimidad de quienes detentan el poder, respecto de la posibilidad de cooptación, respecto de una jerarquización entre los proyectos (grandes, pequeños, con más necesidades, con menos necesidades). En lo que si hay consenso es en la poca investigación existente sobre cómo operacionalizar la marginación económica de las comunicaciones y las implicancias de fomentar un sector comunicacional alternativo al estatal y al comercial (Roncagliolo, Janus y Portales, 1982), que no tiene propósitos lucrativos, pero que al mismo tiempo necesita resolver condiciones mínimas de desenvolvimiento para tener continuidad en el tiempo. Ver cuán factible es permitir formas de publicidad relacionadas con circuitos comerciales barriales o prosociales como manera de obtener recursos; o el desarrollo de fondos concursables con los cuales financiar determinados proyectos, son algunas de las medidas sobre las cuales debería generarse más investigación empírica.

Pero la sustentabilidad económica no tiene que ver sólo con financiamiento per se, sino que también con la problematización de los canales de distribución de las experiencias de comunicación alternativa. El planteamiento de Atton al respecto, quien ha reproducido para estos efectos la trayectoria de la prensa alternativa británica, puede servir de referencia para reconocer los distintos matices de la problemática y sus posibles puntos de fuga. En líneas generales, este autor examina la prensa alternativa como una empresa económica que ha pretendido encontrar vías alternativas a las tradicionales para hacer negocios, vinculando para ello las ideas de métodos prefigurativos económico-organizacionales y la de esfera pública alternativa (Atton, 2001).

El núcleo del planteamiento de Atton es la respuesta a un texto clásico escrito en 1984 por el grupo *Comedia* (Community media, ex Minority Press Group) (Comedia Group, 1984) que -problematizando el tema de la sustentabilidad económica de las experiencias de comunicación alternativa de las décadas previas- criticaba el desinterés de la prensa alternativa por adoptar métodos de planificación financiera y eficiencia organizacional con las cuales poder sobrevivir en el mercado, siguiendo por el contrario métodos no jerárquicos y colectivos que podían tener un impacto en términos políticos, pero no financieros. Producto de lo anterior, las experiencias permanecían en un “ghetto” alternativo, del cual sólo era posible salir adoptando las técnicas de administración y financiamiento propias del sistema de los grandes medios.

La propuesta de Atton será un cambio de eje, de la idea de “ghetto” a la de esfera pública alternativa (aquella que siempre ha existido, pero ha sido invisibilizada), acuñada originalmente por Downing y que ya ha sido abordada previamente en esta investigación. Pero su aporte está en trabajar este concepto desde el punto de vista de su correlato sobre la circulación y la distribución de las experiencias alternativas.

Comenzará criticando al grupo Comedia por suponer a la prensa alternativa como rival económico de los medios tradicionales, básicamente porque eso implica poner a los medios tradicionales como horizonte de los medios alternativos, sin ver que estos últimos se mueven en la práctica por una dinámica propia, donde los llamados “métodos prefigurativos” (nuevas prácticas que definen en el hacer la nueva política transformadora) no son externos a las experiencias sino parte constitutiva de ellas.

Lejos de estar en competición, la prensa alternativa rechaza las condiciones económicas de los medios tradicionales, incluso al punto de desarrollar formas innovadoras de distribución. Sus recurrentes crisis financieras se deben menos al desdén por adoptar estrategias de planificación financiera y tienen más que ver con la integración de las actividades de producción económica en la vida de sus participantes y la integración de la prensa alternativa misma dentro de la esfera pública alternativa [...] Entonces, los métodos prefigurativos económicos y organizacionales, más que barreras, habría que considerarlos componentes esenciales de medios que pretenden integrarse ellos mismos con los movimientos que están apoyando, reportando e, incluso, desarrollando ... la relación es mutua y sinérgica; la esfera pública alternativa proporciona oportunidades para la producción y consumo de prensa alternativa, al mismo tiempo que la prensa misma proporciona material que sustenta la función de la esfera como espacio para la formulación, discusión y debate de ideas radicales y disidentes [original en inglés] (Atton, 2002: 50)

Dicho lo anterior, Atton hace un llamado a considerar las experiencias alternativas como parte de la dinámica de la esfera pública alternativa. De allí que el autor se dedique a destacar los mecanismos de financiamiento y distribución propios de esta esfera, tales como el anticopyright o la distribución abierta y la existencia de espacios como las librerías alternativas, los cafés vegetarianos, las distribuidoras de música independiente y los *infoshops*. Esto significa que junto con cuestionar la baja circulación o la existencia marginal de una experiencia como indicador de fracaso, el autor también se pregunta si aquello que el grupo Comedia desdeñaba como idealismo e ignorancia de las prácticas de negocio en el “mundo real” no pudiera ser visto como “vías más sofisticadas” de distribución y financiamiento, más adecuadas a las dinámicas de participación y empoderamiento de la audiencia como emisora a la que apuntan las experiencias de comunicación alternativa.

La propuesta de Atton, no obstante, se aparta un poco de la perspectiva planteada en esta investigación y que pretende quebrar la barrera que impide acceder a la comunicación alternativa a los circuitos masivos. En este camino, es probable recurrir a las estrategias más convencionales de distribución. Lo importante es que no excluir a priori ninguna estrategia.

Por otra parte, Atton deja abierta la pregunta por la distribución de experiencias audiovisuales en la esfera pública alternativa, toda vez que su forma de consumo posee condiciones que

difieren de las del soporte escrito, desde el cual el autor desarrolla su trabajo. Del mismo modo, resulta necesario señalar que la circulación dentro de la esfera pública alternativa no basta por sí misma para afirmar la alternatividad de una experiencia de comunicación: la distribución por sí sola no basta para el cambio social. Lo que sigue siendo un requisito de fondo es su cuestionamiento del status quo y que no sean sólo canales de distribución sino experiencias comunicativas en un sentido integral (Simpson Grinberg, 1986).

Sintesis primera parte: mapa de categorías y variables

Aún habiendo establecido ciertas técnicas de recolección similares con las cuales acercarse a las experiencias y los casos investigados, este paso no es suficiente para hacer efectivo el carácter comparativo del estudio de casos. Para esto último, ha sido necesario crear un “mapa” de categorías y variables, que permita estandarizar las experiencias y que ha sido realizado a partir del marco teórico de referencia, visto a la luz de las hipótesis de la investigación y los datos recolectados.

El marco teórico arrojó una serie de opciones analíticas que se resumen a continuación:

- Importancia de visibilizar las experiencias de televisión alternativa: poner en evidencia su presencia y existencia histórica como parte de la esfera pública, así como sus continuidades y discontinuidades con otras experiencias de comunicación alternativa.
- Relevancia de visibilizar la reflexión teórica en torno a la comunicación alternativa y su diálogo con las tradiciones más oficiales del debate sobre la comunicación de masas.
- Recoger las conceptualizaciones de alternatividad que las propias experiencias se dan a sí mismas y el contenido que le asignan.
- Comprender las experiencias de comunicación alternativa como expresión de la articulación entre cultura popular y comunicación alternativa.
- Resaltar las particularidades, desafíos y limitaciones del soporte televisivo cuando es concebido para la elaboración de un proyecto de comunicación alternativo. Entre ellas, la concepción de la audiencia, las especificidades de lenguaje y contenido.
- Distinguir entre sustentabilidad social, institucional y económica.
- La transformación social y el carácter contrahegemónico como principios definitorios de la alternatividad.
- Las relaciones entre movimientos sociales y sectores populares como expresión de la relación entre praxis social cotidiana y discurso.

- El impacto de la relación entre expertos y autodidactas sobre el desarrollo de las experiencias.
- El rol del Estado a través de las políticas de comunicación en general y aquellas que atañen al tercer sector de la comunicación en particular.

De esta manera, el instrumento de recolección de datos ha quedado articulado a partir de las siguientes dimensiones y categorías:

Mapa de variables y categorías para el estudio de casos

DIMENSIONES	CATEGORÍAS	DESCRIPCIÓN	FUENTE MARCO TEÓRICO
<i>Visibilización de la experiencia</i>	<i>Presentación del caso</i>	Fundamentación y descripción del caso y las experiencias seleccionadas Hitos relevantes en la historia de las experiencias y el caso seleccionado Alcance geográfico de las experiencias y caso seleccionado	Cap. 2 Comunicación alternativa y sistema de medios
	<i>Conceptualización</i>	La definición de sí misma que hace cada experiencia y las etiquetas reconocibles desde una mirada exterior Significaciones asociadas a las respectivas conceptualizaciones	Cap. 3 Conceptualización Cap. 2 Com. alternativa y sistema de medios
	<i>Antecedentes</i>	Reflexión teórica vinculada al caso y sus experiencias Tradiciones de resistencia cultural en las cuales se inscriben tanto las experiencias del caso como la reflexión teórica	Cap. 2 Com. alternativa y teoría de la comunicación Cap. 2 Com. alternativa y esfera pública
	<i>Contexto sociocultural</i>	Coordenadas histórico – culturales en las que se inscribe el caso y las experiencias Formas de articulación social - política con otras experiencias (mediáticas o no) de la esfera pública alternativa Relación con sistema tradicional de medios (presencia/ausencia; cercanía/distancia)	Cap. 2 Comunicación alternativa y esfera pública Cap. 2 Una propuesta de lectura Cap. 2 Comunicación alternativa y sistema de medios
<i>Soporte televisivo</i>	<i>Soporte y alcance</i>	Fundamentación e implicancias de la apuesta por el soporte televisivo Uso y relación con otros soportes Tensión entre alternatividad y alcance masivo	Cap. 3 Soporte y alcance
	<i>Lenguaje y contenidos</i>	Relevancia de la pregunta por un lenguaje propio Temáticas cubiertas por la experiencia Formas de apropiación de la cultura popular y de la cultura masiva por parte de la experiencia Respuestas planteadas ante la problemática	Cap.3 Lenguaje y contenidos
	<i>Emisión - recepción</i>	Concepción de la audiencia Caracterización de los emisores Circulación de roles entre emisión y recepción	Cap. 3 Emisión y recepción
<i>Sustentabilidad social</i>	<i>Praxis social y discurso</i>	Diagnóstico (social, político, cultural, económico) que guía el accionar de la experiencia El horizonte de la acción transformadora Vinculación con los procesos de hegemonía y contrahegemonía Legitimidad social de las experiencias en su contexto inmediato Relación de las experiencias del caso con los movimientos sociales y los sectores populares de su entorno	Cap. 3 Contrahegemonía y cultura popular Cap. 3 Cambio social democrático Cap.3 Praxis social y discurso Cap. 3 Mov. sociales y sectores populares
	<i>Organización interna</i>	Temas de gestión, liderazgos individuales y colectivos, formas de trabajo, toma de decisiones. Estrategias exitosas y no exitosas	Cap. 3 Organización interna

	<i>Tecnologías y profesionalización</i>	Presencia de expertos y autodidactas, formas de articulación	Cap. 3 Tecnologías y profesionalización
<i>Sustentabilidad institucional</i>	<i>Políticas de comunicación en general</i>	Marco relevante de discusión y legislación sobre el sistema televisivo	Cap. 2 Invisibilización en el sistema de medios Cap. 3 Políticas de comunicación
	<i>Institucionalidad para los medios del tercer sector</i>	Situación legal de las experiencias del caso Legalidad existente para los medios del TSC Conocimiento y participación en discusiones y debates sobre políticas de comunicación	
	<i>Digitalización</i>	Consecuencias de las políticas de comunicación sobre digitalización en los medios del TSC	
<i>Sustentabilidad financiera</i>	<i>Estrategias de financiamiento y distribución</i>	Formas de financiamiento y estrategias de uso eficiente de los recursos Apoyos de la comunidad - Trabajo voluntario y trabajo remunerado Canales de distribución Formas de articulación monetaria con otras experiencias (mediáticas o no) de la esfera pública alternativa	Cap. 3 Financiamiento y distribución

Finalmente, es necesario señalar dos cosas:

Primero, que para estandarizar la información recolectada se trabajó con dos tipos de unidades de análisis que podrían denominarse **simples** y **compuestas**. Las unidades simples eran las experiencias concretas de televisión alternativa dentro de cada país, que conformaban la unidad compuesta o “caso” nacional. La opción por este análisis a dos niveles se debe a la valoración dada en esta investigación al contexto estatal como el entorno decisivo para comprender el desarrollo que adquieren las experiencias de comunicación alternativa, entendiendo al mismo tiempo que la situación de mayor o menor sustentabilidad que rodea a las experiencias también dice mucho sobre el status democrático de los proyectos políticos estatales o nacionales que las contienen.

Segundo, que la conformación de categorías y variables debe ser entendida como una distinción con fines únicamente analíticos. En el día a día de las experiencias estas cuestiones no operan separadas entre sí.

SEGUNDA PARTE

Hemos arrastrado un no podemos hacer nada, no hacemos nada, no nos van a escuchar, nos van a tomar el pelo, no hacemos nada. Yo creo que hemos entrado en una fase mucho más propositiva en el sentido en el que constantemente estamos desarrollando un discurso, estamos reinventando los proyectos y lo que estamos es consolidando una red pero a la vez consolidando los proyectos que participamos en esta red.

Javier García, radialista y miembro de la REMC.

Capítulo 4: España

Visibilización del caso

Experiencias del caso

El caso español está constituido por tres experiencias: Tele K de Madrid, La Tele de Barcelona y la Asociación de Emisoras Municipales de Andalucía de Radio y Televisión, EMARTV.

La elección de estas tres experiencias tiene que ver con el hecho de que representan diferentes realidades comunicativas existentes en el estado español y que definen la problemática particular del tercer sector en este caso. Aunque la gestión y tipo de propiedad es diferente en cada experiencia y no existe entre ellas un trabajo conjunto, las tres se caracterizan por el predominio del componente asociativo por sobre el afán de profesionalización o el interés de formar parte de la industria televisiva⁷.

Tele K nace en 1992 en el barrio de Vallecas en Madrid, como soporte audiovisual de un proyecto de desarrollo local de esta zona de la ciudad, caracterizada por ser una zona empobrecida pero socialmente muy activa.

Es el barrio con menor renta disponible de todos, con mayores niveles de desempleo en Madrid, en fracaso escolar; a su vez, es un barrio que se ha caracterizado por su imaginación social, su capacidad de inventar, de construir, de hacer construcciones sociales y de organización [...] un barrio socialmente deprimido pero con un dinamismo y una capacidad de resistencia

⁷ Aunque EMARTV es un proyecto asociado a los medios público locales, se ha optado por incorporarlo a este análisis ya que no obstante lo anterior, ellos mismos se presentan como críticos de la institucionalización que ha caracterizado el proceso de profesionalización de este tipo de medios. Por el contrario, apuestan por la afirmación de su potencial comunitario. Y por lo mismo, no se conciben persiguiendo objetivos distintos a los de Tele K o de La Tele. De hecho, desde la década de los 90s han realizado con cierta periodicidad 6 congresos de radios y televisiones locales, públicas y alternativas. El último, realizado recientemente a fines de marzo de 2008 en Sevilla. Y en todos ellos, han manifestado una actitud crítica hacia las políticas de comunicación que ha desarrollado tanto España como la Unión Europea. Así, en las conclusiones del congreso de 2000 denunciaban que “las actuales planificaciones de la UE sólo van orientadas al sostenimiento de una gran industria audiovisual”, reclamando “el reparto equitativo del espacio radioeléctrico respetando el libre acceso de los colectivos ciudadanos libremente organizados bajo el ánimo del no lucro”(EMARTV, 2000) mientras que en las conclusiones del 2005 criticaban “la modificación unilateral y no consensuada de leyes y normativas que afectan a los medios comunitarios”, reclamando “la participación de representantes de los sectores implicados en una mesa de trabajo”(EMARTV, 2005). Otra razón para incorporarla ha sido el hecho de que siendo una experiencia híbrida entre lo público y lo social permite poner a prueba el modelo teórico de tercer sector construido a partir de los capítulos 2 y 3.

y de lucha muy importante (Pérez, 2008a)

Vallecas es un barrio que comenzó a construirse a principios de los 40s en las afueras de Madrid sobre terrenos declarados no urbanizables, lo que implicó que el barrio se fue conformando en base a viviendas de autoconstrucción de carácter ilegal, que en España se denominan “Chabolas”. La clandestinidad compartida desarrolló entre los vecinos una complicidad que con los años -junto a la labor encubierta de los partidos políticos de izquierdas que habían sido abolidos por la dictadura- se convertiría en la base del tejido asociativo que caracteriza a este barrio de Madrid, que se concibe a sí mismo como “cuna del asociacionismo vecinal en España y un laboratorio de ideas y de formas de acción para los partidos políticos de izquierdas”, cuyos dirigentes jugaron un rol importante en el proceso de democratización abierto en los 70s (Tele K 1: s/f).

Tele K Comienza a emitir en 1993, convirtiéndose en la primera emisora de televisión de carácter comunitario que empieza a funcionar en Madrid. De ahí en adelante, el canal se ha convertido en el principal vehículo de transmisión de las distintas actividades de desarrollo comunitario de Vallecas, al tiempo que hacia fuera de la comunidad ha sido reconocida como una experiencia exitosa de televisión alternativa, lo cual se expresa en su amplia participación en espacios académicos, políticos, sociales y culturales, a nivel nacional como internacional, como es el caso de su participación en proyectos con la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) o la Asociación de Televisiones Educativas de Iberoamérica, ATEI. Sumado a este reconocimiento más allá de su alcance geográfico se encuentra también el tenor de sus contenidos, conectado tanto a fenómenos locales como a otros de carácter más amplio. Desde el 2006, por ejemplo, mantienen una relación de intercambio de contenidos con Telesur, canal latinoamericano financiado entre varios países del continente que procura ofrecer la perspectiva de los países del sur en su cobertura informativa. Todo ello explica que si bien esta experiencia surge desde una lógica comunitario – local, al mismo tiempo la supera. Asimismo, Tele K cuenta con una productora audiovisual propia (CDA) y con una escuela audiovisual que da formación a jóvenes desempleados.

En el contexto de la transición a la televisión digital terrestre en España, la labor de Tele K es todavía más destacable. El año 2005 opta por presentarse al concurso por la adjudicación de concesiones de TV de la comunidad de Madrid como una sociedad limitada (ante la

imposibilidad de optar como canal comunitario); sin embargo, no accedió a ninguna de las licencias ofrecidas. Esta situación provocó una gran movilización tanto del barrio como de otros actores sociales de la ciudad. Como ejemplo de lo anterior, en noviembre del 2005 fue editado el disco “Vallecas No se Corta”, en clara alusión a los resultados del concurso de la TDT y que cuenta con intervenciones de bandas y solistas vinculados al barrio, como el grupo de ska SKA-P y otros.

Pese a esta mala experiencia, Tele K siguió trabajando para conseguir una concesión de televisión digital antes del 1º de enero de 2008, fecha en la cual (según la ley, aunque no en la práctica) se produciría el apagón analógico de las televisiones locales. A fines de 2007, su trabajo de sensibilización sobre la importancia de la comunicación sin fines de lucro dió frutos: el 20 de diciembre, la enmienda que presentó IU-ICV a la Ley de Impulso para la Sociedad de la Información (LISI) pidiendo el reconocimiento de este tipo de televisión (con existencia anterior a 1995), fue aprobada por el pleno del Congreso. La enmienda presentada establece que el Ministerio de Industria debe planificar frecuencias (en digital) para la gestión indirecta del servicio de televisión local de proximidad por parte de entidades sin ánimo de lucro con existencia previa a 1995, “siempre que se disponga de frecuencias para ello” (BOE, 2007: 17)⁸.

La Tele de Barcelona por su parte es un canal que emite desde 2005 en Barcelona, alcanzando los barrios de Gràcia, Eixample, Ciutat Vella y Poblenou (sector céntrico de la ciudad). Surge como uno de los proyectos de la Asamblea por la Comunicación Social (ACS), un espacio de confluencia de los movimientos sociales de Barcelona y alrededores, que nace en 2003. Su principal objetivo era la creación de medios audiovisuales (una radio y una televisión) para los movimientos sociales de la ciudad, gestionados por medio de democracia directa y dinámica asamblearia para garantizar la gestión y dirección colectiva del proyecto, el cual cuestionara el modelo de comunicación social actual, a nivel organizacional como de contenidos. Este cuestionamiento estaba expresado en distintas líneas de acción: uso compartido de herramientas comunicativas y de las nuevas tecnologías, con una lógica cooperativa y de productividad social solidaria; producción audiovisual contra la discriminación y falta de espacios de expresión de la cual son objeto las dinámicas y planteamientos de los movimientos sociales en los medios de

⁸ Según datos facilitados por el director de Tele K, Francisco Pérez (2008b), el censo provisional de televisiones beneficiadas por esta normativa asciende a 12, distribuidas de la siguiente manera: 6 en Cataluña (TV Centelles, Canal 12 Palamós, TV Vilassar, Anoya TV, RTV Cardedeu y TV Vilanova), 2 en la Comunidad Valenciana (Tele Aspe y Telehorta), 2 en Madrid (Tele K y canal 33), 1 en Extremadura (Televisión Fregenal) y 1 en Murcia (Telemolina).

comunicación tradicionales dejándolos hablar en primera persona, entre otras.

En abril del 2003 tiene lugar la primera reunión de la ACS. Entre las experiencias que confluyeron en este primer momento se encontraban televisiones locales y radios libres de los años 80s y 90s, las comisiones de comunicación de distintas manifestaciones sociales recientes como Consulta Social 2000, Praga 2000, Banco Mundial 2001 o UE 2002, miembros de la campaña “COM es possible?” que entre el 2000 y el 2003 demandaron sin ningún resultado positivo que la radio gestionada por la diputación de Barcelona tuviera una franja de acceso administrada y gestionada por los movimientos sociales (Soyuz i Penya Roja, 2007), profesionales de la educación en comunicación, profesionales de la comunicación en general y miembros de colectivos diversos que percibían la importancia de que los movimientos sociales contasen con medios de comunicación propios:

Estamos hablando de por qué no podemos -como movimientos sociales- utilizar las frecuencias de la radio, la fm. Y la aportación más grande de ese año, año y medio hasta mediados de 2004, es el tema de decir ¿y una tv, por qué no? la gente cada vez esta autoproduciendo más; por tanto, seamos un canalizador de todo esto (Mayugo, 2007)

Desde la primera asamblea celebrada se llegó a contar con el apoyo de cerca de 150 colectivos de diverso carácter: ecologistas, feministas, pacifistas, altermundistas, de cooperación con otros países, asociaciones vecinales y sindicales, de consumo y comercio justo, de inmigrantes, de comunicación, de defensa de los derechos sociales y personales, etc. Todos ellos se implicaron en el proyecto ya fuera demandando una frecuencia de radio y otra de TV para los movimientos sociales, trabajando en la producción de programas de radio y tv, o participando en asambleas, jornadas y encuentros (ACS 1: s/f).

En términos de soporte el proyecto empezó con el intento de montar una radio. Ante un espectro saturado y las dificultades de aliarse con las radios libres históricas de la ciudad, el proyecto de radio quedó detenido. Paralelamente, se estaba desarrollando el proyecto de una televisión de la ACS, la cual comienza a emitir a fines de 2005 desde la frecuencia del canal 52 de la UHF. La Tele ofrece una programación creada a partir de la participación de los colectivos miembros de la Asamblea, tanto con programas cedidos como con otros elaborados a partir del trabajo y la discusión conjunta, así como la creación de redes con otras experiencias similares. También

pretende ser un canal de difusión del trabajo audiovisual que muchas veces no tiene cabida en las parrillas programáticas de los medios convencionales. Físicamente, La Tele dispone de una antena, un amplificador, un programa de continuidad de creación propia en software libre y de equipamientos y material técnico para la edición y el registro audiovisual.

En 2004, la ACS decide intervenir en el proceso de discusión de la ley audiovisual catalana, estableciendo contactos con autoridades y partidos políticos con tal de dar seguimiento al proceso de elaboración de la ley y explicar la propuesta de un tercer sector de la comunicación (TSC), llegando incluso a reunirse con la comisión legislativa encargada de su elaboración (Ponencia del Audiovisual) para informar de su posición e interés. Antes de su aprobación definitiva, la ACS elaboró un documento de enmiendas que exigía -entre sus propuestas más innovadoras- la distribución de un tercio del espectro radioeléctrico para medios públicos gestionados desde la sociedad civil organizada y que los operadores privados sufragasen parte de los gastos que supondría el desarrollo de los medios del TSC, destinando cada año para ello como mínimo un 2% de la cifra total de ingresos obtenidos el ejercicio anterior de su explotación (ACS: 2005a). Sin embargo, el documento final de la ley aprobado en diciembre de 2005 solamente hará un reconocimiento nominal de un sector de “medios privados sin ánimo de lucro” (artículos 70 y 71), sin especificidades de ninguna especie sobre el porcentaje del espectro que se les podrá conceder, ni sobre unas determinadas condiciones para asegurar su sustentabilidad.

De manera casi simultánea se abrieron a concurso las licencias de TDT local en Cataluña. Al igual que en el caso de Madrid, el concurso no hacía un reconocimiento especial a los medios no lucrativos (pese a su reconocimiento legal a nivel autonómico) de manera que La Tele estaba obligada a competir en igualdad de condiciones con proyectos audiovisuales privado-comerciales. Es por eso que se decide no postular, sabiendo que tras este proceso la Generalitat cerraría todos los canales que emitiesen sin autorización en junio del 2006.

Ante este panorama, La Tele optó por una campaña de visibilización más agresiva que incluyó la mantención de la emisión en antena y la realización de distintos actos de difusión masiva. El trabajo de estos meses implicó un desgaste importante del equipo, así como un cierto proceso de autonomización no explícita del equipo de La Tele respecto del proyecto más amplio de la ACS. Esto llevó a que desde fines del 2006 La Tele haya optado por trabajar más hacia la consolidación técnica del proyecto (que incluye mejorar la potencia de la antena, hacer un plató,

mejorar las condiciones para editar material, mejorar la pagina web, desarrollar la emisión vía streaming y establecer protocolos de trabajo).

Es la fase en la que se centra el proyecto, dejamos de pensar en hacer un proyecto grande y nos decidimos hacer un proyecto más palpable, con la ventaja de que se ha mantenido una emisión más estable, la de la tv, aunque no se haya conseguido la de la radio [...] es el momento en el que nos concentramos en el proyecto de la tv, y el proyecto queda ahí como un proyecto del que se ha bebido y al que se pertenece, pero que igual ahora no existen las fuerzas suficientes para moverlo en su totalidad; hay que focalizar la atención, los esfuerzos (Mayugo, 2007)

En julio del 2007, la Dirección General de Medios Audiovisuales (DGMA) hizo llegar una carta al local de La Tele, requiriendo el cese de sus emisiones o en caso contrario proceder la apertura de un proceso sancionador. La Tele difundió esta carta y recibió a cambio diversas muestras de apoyo, tanto de dentro como de fuera de Cataluña. Tras conversaciones, la DGMA reconoció “de hecho” el derecho a emitir de La Tele, al amparo del ley audiovisual catalana. En mayo de 2008 la ACS recibió una nueva carta de la DGMA donde se informaba del precintado de las instalaciones de la antena en los días siguientes, la cual fue detenida un día antes de hacerse efectivo a través de una notificación a la Generalitat de que no aceptarían el precintado y anunciando la elaboración de un recurso de alzada contra la orden de precintado dirigida a la Consejería de Cultura y Medios de Comunicación, la cual fue presentada a mediados de junio.

Sin embargo, producto de este proceso, el equipo que ha llevado adelante el proyecto está muy desgastado y ya se plantea la posibilidad de hacer un traspaso del mismo a un nuevo colectivo (o grupo de ellos) que quiera hacerse cargo de él.

Lo veo como un proyecto difícil de consolidar, en el sentido de que la gente se ha movido más por el corazón, y muy poco por los intereses comunes [...] pero como no hemos llegado a este análisis a partir de las aportaciones de todos, hay un cierto descontento general, una sensación de pérdida de tiempo, de oportunidades, que pesa demasiado sobre el proyecto de la Asamblea por la Comunicación Social como para consolidarlo (Mayugo, 2007)

EMARTV, por último, constituye una organización no lucrativa que articula a las radios y

televisiones locales (mayoritariamente municipales, aunque también algunos proyectos comunitarios) de un amplio número de municipios andaluces. Nace en 1984, en el contexto de la primera oleada de radios y televisiones locales dentro del estado español, como una manera de fortalecer este sector ante un contexto político y legal reactivo a este tipo de experiencias, en una coyuntura “en la que la legislación española y el gobierno español, no estaban dispuestos a tolerar que los municipios tuvieran medios de comunicación audiovisuales propios y autónomos” (Chaparro, 2007).

De su origen reivindicativo, la experiencia pasa a principios de los 90s a desarrollar un trabajo en red respecto de los contenidos de las radios agrupadas en la asociación, procurando incentivar la participación ciudadana directa en la defensa de sus intereses a través de los medios locales al tiempo que mantener un nexo vertebrador entre las emisoras mediante aquellos elementos que son comunes a los ciudadanos de distintas localidades y que se expresan tanto a través de la redistribución como la coproducción de programas. Actualmente EMA agrupa a cerca de 100 radios y 30 televisiones de Andalucía. Las televisiones coproducen contenidos que se distribuyen vía satélite. Asimismo, el proyecto mantiene importantes vínculos de intercambio con medios comunitarios de América Latina, en países tales como Bolivia, Argentina o El Salvador.

Como puede observarse, aunque los tres proyectos tienen propósitos en común, en la práctica parecen funcionar en frecuencias diferentes donde no coinciden nunca los tres. Tele K y EMARTV coinciden en el denominado G9, una asociación de televisiones locales tanto de tipo municipal como privado y comunitario del Estado español, pero que por lo mismo se trata de un espacio controversial de organización, incluso para los propios miembros de las experiencias analizadas.

Yo veo, analizo todas las televisiones locales que hay y todas las experiencias de televisiones desde medios sociales que no son locales y veo a Tele K más cerca de las segundas. Sin duda, veo a Tele K más cerca de Pluralia que de Localia [...] es cierto que cuando empieza el proceso asociativo, que he estudiado con el trabajo y empiezas a ver las asociaciones que se crean siempre por comunidades autónomas hasta que llegan al G9, que han montado a nivel nacional. Empiezas a ver quien hay dentro y dices ¿cómo has dejado que entre éste?, Hay un lío increíble. Hay gente que no debería estar [...] habría que analizar más los casos en las alianzas pero otra vez es

una labor que se escapa de las manos de una tv pequeñita. Yo soy de las que opina que antes de estar parado, corramos aunque nos caigamos, entonces hay pequeños batacazos en el proceso (Picazo, 2008)

Por su parte, Tele K confluye con La Tele en la Red Estatal de Medios Comunitarios (REMC), un proyecto organizativo surgido en 2005 del cual participan medios del tercer sector (comunitarios, libres, alternativos) de distintos soportes (radios, prensa, televisión, internet) y pertenecientes a 13 de las 17 comunidades autónomas del estado español. La REMC constituye una experiencia sin precedentes en el caso español. Si bien durante los 80s hubo experiencias similares, estas nunca integraron a medios de carácter comunitario y alternativo provenientes de distintos soportes.

Por primera vez en el estado español hay un movimiento unitario por decirlo de alguna manera, a nivel de diversidad de medios, en cuanto a planteamiento, hay unos muy distintos que conviven y hay también soportes, canales, tv, radio prensa, muy distintos, esto es una cosa súper importante porque esto ha sido algo que los políticos han aprovechado mucho para echar mecha y no regular nunca ninguno de los sectores audiovisuales [...] como no todas las competencias en el sector de las telecomunicaciones se acaban en el gobierno catalán, son competencias compartidas, hemos estado en la pelea enorme y terrible de yo no lo hago porque no puedo ir más allá y el de allá no lo hace porque lo ha dejado como un aspecto que compete a las comunidades autónomas, entonces tener un espacio común donde diferentes comunidades autónomas con gobiernos diferentes, con realidades diferentes, intercambien información, nos da un poder enorme y además nos da una visibilidad frente a las instituciones del Estado, son 13 comunidades autónomas de las 17 que hay, esto es mucho, aunque sea un medio de cada comunidad autónoma y aunque cada comunidad autónoma no haya articulado un movimiento en común. Estamos en los principios de los principios (Mayugo, 2007)

EMARTV no concibe su accionar ni su orientación como diferentes de la labor de la REMC, aunque reconoce una opción por mantenerse al margen, por tratarse de proyectos que se encuentran en momentos distintos de evolución.

Queremos estar ahí. No tenemos una presencia muy activa hasta la fecha, pero tampoco queremos entrar donde hay un debate ya iniciado y donde además, el sentimiento no es generalizado de compartir este momento con

otros. Hay una parte que siente que la radio pública local ha avanzado fuerte en una dirección y que está medio consolidada; y que piensan que estos medios ciudadanos deben de abrir directamente otro camino, pero yo creo que estamos participando de lo mismo y que si no estamos más presentes, es por discreción, por no querer asumir un rol que no nos corresponde, pero la sintonía es total y hemos participado siempre en actividades comunes y organizadas con ese objetivo: incidir en la democratización del espectro radioeléctrico (Chaparro, 2007)

Desde La Tele, en cambio, si se reconocen matices que aparentemente impedirían un trabajo conjunto y que al parecer pasan por concepciones distintas de lo público.

Los políticos, tienen miedo de los medios que no controlen [...] Soy de las que piensa que para ganar territorio como medios de comunicación comunitaria, hay que cargar contra el sector público [...] un sector público tan fuerte y tan presente y de tantas facciones como el de aquí, no deja espacio para lo comunitario [...] (Mayugo, 2007)

Conceptualización

La conceptualización varía según cada experiencia. Tele K se define como una televisión local comunitaria vinculada a un barrio concreto de Madrid. Sin embargo, al mismo tiempo se autodefine como una televisión independiente, puesto que no está vinculada a ningún grupo de poder, ni de carácter político ni de carácter empresarial. Esto la diferencia de la mayoría de las televisiones locales españolas. Por otro lado, si bien está asentada en una localidad geográfica delimitada y opera bajo una lógica asociativa, es más que comunitaria al plantear como parte de sus contenidos, material audiovisual que excede a sus límites geográficos, pero conectando las problemáticas de Vallecas con problemáticas similares de otras comunidades a través del mundo. Se trata además de un abordaje crítico de estos temas, pues está basado en principios tales como el derecho humano a la comunicación, la radiodifusión como ejercicio de la libertad de expresión, el derecho de antena y a comunicar de todos los sectores sociales, el carácter público del espectro radioeléctrico y el valor transformador de la comunicación local, que defiende la mantención de “un punto de vista subjetivo a la hora de dar cobertura a los nuevos creadores, a la autoorganización social, a los grupos desplazados de los medios convencionales y a aquellas expresiones que permitan un reforzamiento de la identidad local” (Tele K 2: s/f). Por último, de acuerdo a la nomenclatura legal Tele K sería además una televisión de

proximidad, ya que la única legislación que actualmente la reconoce legalmente (la LISI) habla de televisiones de proximidad sin fines de lucro⁹.

La Tele de la ACS se define como una televisión de los movimientos sociales. En principio, los movimientos sociales de Barcelona, pero no solamente ellos. Con esto, el enfoque conceptual cambia, puesto que lo alternativo de la experiencia ya no radica en su afianzamiento en una comunidad local delimitada, sino que en una comunidad de intereses; a saber, la de aquellos grupos movilizados de la sociedad civil que encuentran en este medio un soporte donde comunicar y transmitir sus luchas. Reivindicaciones que por lo general no encuentran eco -o son desvirtuadas- por los medios tradicionales. A diferencia de estos, una televisión de los movimientos sociales no busca “representar” lo que dicen estos movimientos, sino que orienta su accionar hacia que estos movimientos se presenten a sí mismos, con la menor intervención posible. Como señala uno de sus miembros, “lo que queremos son medios que no sean ni la voz de los sin voz ni la voz de nadie; sino sencillamente que sean una herramienta y que la voz la ponga cada cual” (Guillamón, 2006).

Es este elemento distintivo lo que hace que esta experiencia se reivindique como un medio del “tercer sector de la comunicación” (TSC), entendido como un sector distinto del público – institucional y del privado – comercial. Haciendo, no obstante, un acercamiento a la idea de tercer sector como una nueva manera de concebir el servicio público, que introduce matices interesantes al debate, como señala otra de sus participantes y también investigadora del tema:

El planteamiento de estas cuestiones debería alejarse de la identificación de lo público con lo gubernamental, como polo opuesto a lo privado / comercial. Hoy día se precisa una mirada más compleja y menos dicotómica del paisaje mediático. No cabe confundir la reivindicación del servicio público de comunicación con el estatalismo monopolista. De igual modo, sería una irresponsabilidad por parte del Gobierno que los derechos y libertades en materia de expresión y acceso a la esfera pública fueran reducidos a pura lógica neoliberal (Clua, 2008)

EMARTV, por su parte, se mueve dentro de la nomenclatura de lo local, agrupando bajo ese paraguas a medios municipales y comunitarios. La innovación radica en el trabajo

⁹ Ver capítulo 3 de esta investigación, apartado “Conceptualización”.

mancomunado entre estas experiencias -lo que amplía el sentido de lo local, pues aquello que se comparte son las problemáticas generales por sobre la delimitación geográfica específica-. A lo anterior, se agrega una concepción participativa de la comunicación, pues se promueve que la comunicación que circule surja desde un movimiento asociativo representativo y no que sea subsumida por lógicas políticas ni comerciales.

Su objetivo es social [...] es un objetivo de incentivar la participación ciudadana, abrir canales para que cualquier miembro de la sociedad civil, pueda acercarse a hacer programas [...], la participación no es la llamada por teléfono de una petición o el envío de una foto: simbólica, testimonial; la participación está cuando a los movimientos ciudadanos se le facilitan los cauces necesarios para que participen en la gestión del medio y en las decisiones que tienen importancia (Chaparro, 2007)

Y por este mismo enfoque, EMARTV también se concibe a sí misma como una experiencia alternativa de comunicación:

Alternativa entendiéndolo por buscar otros enfoques, por ser complementario de lo que existe [...] alternativo en el sentido que dice Rafael Roncagliolo, de alterar, de agitar, de concienciar, si, y yo creo que si, porque además muy pocos medios se lo pueden permitir, las agendas cada día son más rígidas, cada día están más sometidas a los intereses de los poderes económicos y en EMA no tenemos ese problema [...] desde el momento en que decimos no queremos hacer lo que ya se hace, queremos hacerlo de otra forma, es el desafío que se mantiene en el día a día (Chaparro, 2007)

Antecedentes: las alternativas de comunicación al final de la dictadura y principios de la transición

En España existe una historia de medios de comunicación alternativa de la cual pueden reconocerse manifestaciones ya en dictadura, cuando radios (Plans, 1980), periódicos (Bassets y Bastardes, 1979) e incluso un circuito cinematográfico (Gubern, 1979) fueron introduciendo de manera clandestina en la esfera pública las voces y puntos de vista que eran perseguidos bajo el régimen. En este proceso la radio clandestina tuvo un rol clave:

Después de la Guerra civil, el núcleo de la resistencia se centró en la “guerra de información”, conducida a través de las ondas y por medio de la

prensa clandestina. Pero a pesar de lo anterior, la radio clandestina vino completamente desde el exterior: Radio España Independiente (desde Moscú) luego llamada Radio Pirenaica, la BBC, Radio París, Radio Moscú y Radio Euskadi (Pais vasco francés) [Original en inglés] (Vilches, 1996: 180)

A raíz de lo anterior, el movimiento europeo de los medios libres que se desarrolló en países como Francia, Italia o Inglaterra durante los 70s, adquirió un cariz especial en el caso español: en el contexto del fin del franquismo e inicios de la transición empieza la lucha por la libertad de emisión y la libertad de expresión, cuyas principales exponentes serán las radios libres, que actuarán como eje articulador de las distintas reivindicaciones que estaban pujando por hacerse visibles en la esfera pública.

Es así como en el caso de Barcelona, este movimiento “nace de la mano de un colectivo heterogéneo conformado por estudiantes de Ciencias de la Información, interesados por la comunicación alternativa, algunos profesores y profesionales del medio ligados desde antaño a experiencias progresistas en el campo de la comunicación social, algunos expertos electrónicos y miembros de grupos de lucha y marginales: ecologistas, objetores de conciencia, grupos de apoyo a presos, gays, feministas, miembros del incipiente movimiento por la autonomía obrera y otras personas interesadas por la radio. Al principio les une el interés por cambiar el papel de la radio como medio y la lucha frontal contra el sistema, más tarde les uniría un proyecto de movimiento más definido. El movimiento por la libertad de emisión en España (Prado, 1980: 244)

Estas emisoras, que seguían básicamente el ideario de las experiencias urbanas europeas, sobre todo las italianas, se movían tanto por consideraciones de carácter comunicativo - “dar la palabra a la gente”- como de carácter ideológico político, a partir de una reivindicación de la dimensión subversiva del placer, el juego, la fiesta y la diversión como un espacio no separable de la acción cotidiana (Prado, 1980). Según Badillo (2005: 2) las primeras experiencias de televisión local en su defensa del libre acceso al espacio radioeléctrico en nombre de las libertades democráticas y contra el poder del Estado en la administración de este recurso fueron herederas de esta influencia.

Aunque el movimiento reivindicativo como tal tendrá una corta experiencia, su paso por las

ondas introdujo cambios importantes en el dial. A nivel del lenguaje, posibilitó un abandono del lenguaje compartimentado, frío y estereotipado, así como el predominio de otro más informal, llano, espontáneo, asequible y popular. En términos organizativos, mostró las posibilidades de la desjerarquización y descentralización en la toma de decisiones; promovió la producción colectiva y la transformación de los receptores en emisores (Prado, 1980). En el ámbito catalán, el mayor aporte de las radios libres fue “hacer posible un debate social amplio sobre la libertad de expresión” y “hacer evidente la necesidad de articular los proyectos políticos y los proyectos comunicativos” (Moragas, 1988: 73)

De todos modos, la trayectoria de estas alternativas de comunicación luego del fin de la dictadura será diferente en cada autonomía, aunque se puede sostener que será liderado por las autonomías históricas, principalmente Cataluña, dado que en ella las reivindicaciones democráticas amplias se mezclaban con la reivindicación de espacios de comunicación propios, lo que generaba un tejido social más dispuesto y unas autoridades inicialmente menos reticentes ante este tipo de experiencias (Badillo, 2005).

Por esta razón, no es casual que sea en Cataluña donde surge la primera televisión *local y comunitaria* en la historia del estado español y también la primera fuera del monopolio de la televisión pública: TV Cardedeu, que comienza a emitir en 1981. Hasta fines de 2007, esta experiencia no tenía aún reconocimiento legal, situación que sólo podría cambiar a partir de la implementación de la recién aprobada LISI.

A fines de los 70s y principios de los 80s también surgen las primeras radios y televisiones vinculadas a los municipios por todo el Estado. Pero con el tiempo, la mayoría de los proyectos -surgidos todos de un proceso histórico de recuperación de libertades- van a ir convirtiéndose en foco de los intereses partidistas y empresariales, en un contexto de falta de regulación, lo cual volverá muy compleja la situación de los proyectos que siguieron optando por un enfoque comunitario y participativo. A este respecto, la situación de Cataluña será nuevamente paradigmática, cuando desde principios de los 90s comienza a transformarse el modelo de gestión de estas experiencias, decantándose hacia dos formas de profesionalización que entraban en contradicción con el sentido cívico original de los proyectos:

Algunas asociaciones sin ánimo de lucro se convierten en empresas privadas o adoptan patrones de funcionamiento de las instituciones

lucrativas y algunos ayuntamientos incluyen sus emisoras bajo la gestión de gabinetes de comunicación, reduciendo así el grado de participación de la sociedad civil (Guimerà, 2000: 255)

De manera que a mediados de los 2000, el Observatorio de la Comunicación Local daba cuenta de las siguientes tendencias en el ámbito de la televisión local catalana:

- Tendencia a la concentración
- Aumento de las iniciativas privadas comerciales
- Continuidad en la presencia de la administración pública
- Supervivencia de proyectos populares basados en el voluntarismo (Guimerà, 2005: 211 – 229) .

Si bien la ACS reconoce esta tradición como herencia, no va a surgir directamente de ella, planteándose incluso en su contra, denunciando la falta de capacidad de aquellas experiencias surgidas originalmente como comunitarias, ya fuera para defender su vocación ciudadana cuando durante los 90s se produjo el proceso de profesionalización e institucionalización de las mismas o para hacer este tránsito sin convertirse en guetos comunicativos (Mayugo, 2004).

La crítica se dirigirá tanto a las radios y TVs libres como de barrio, por convertirse en negocios o parcelas de unos cuantos, denunciando por ejemplo a “Ràdio Nou Barris que hace pagar los anuncios de campañas solidarias como si fueran spots publicitarios” o a “Contrabanda que nació como radio de movimiento y se ha convertido en un mosaico de programas sin ningún objetivo comunicacional que no sea la autosatisfacción de quien los hace” (ACS, 2003: 1), así como denunciando el control ejercido por el ayuntamiento sobre BTV o las relaciones lucrativas que estaban desarrollando algunas televisiones de barrio:

¿Sabíais que el canal por el cual emite BTV todavía pertenece formalmente a la Coordinadora Barcelona Comunicación –que reúne a las 10 TV de distrito- pero esto no impide que el ayuntamiento sólo ofrezca a estas televisiones contratos de producción vergonzosos y de escándalo? Sabíais que el canal por donde ahora emite City TV había sido de las TV de distrito pero las hicieron cambiar alegando que provocaban interferencias? No os habéis preguntado nunca de dónde salió la frecuencia de Flaix TV? Sabéis que la antigua TV de Sant Antoni, que también pertenecía a una asociación, ha llegado a un acuerdo con grandes monstruos del sector mediático como Mediapro, Planeta

De aquí que la demanda de la ACS se caracterice por la reivindicación de un espacio de comunicación no institucional y no delimitado geográficamente, sino que planteado como una demanda de la sociedad civil organizada.

En Madrid, la comercialización y profesionalización de los medios locales también ha marcado la historia de la televisión local. El contexto institucional autonómico no ha sido propicio a la regulación de las televisiones locales en general y menos aún las de carácter comunitario, lo cual generaba una situación de incoherencia entre la realidad existente y la legislación ausente hasta antes de las adjudicaciones de la TDT a nivel autonómico en el 2005. A la ausencia de un marco normativo debe agregarse el carácter notoriamente politizado del organismo regulador autonómico, que durante su existencia (desde junio 2006, fue suprimido por la presidenta de la comunidad) “sólo tuvo una función asesora y arbitral, sin personalidad jurídica, presupuesto ni patrimonio propio” (Salvador y Camisón, 2001: 145). En este contexto, Tele K se convierte en una excepción al enfatizar una dimensión barrial – comunitaria que reconoce como antecedentes directos “la experiencia de las radios libres continuado posteriormente por los modelos de televisión local asociativa y comunitaria desarrollados en todo el mundo” que “se inspira en las referencias de comunicación audiovisual aplicadas al desarrollo local” (Tele K 2: s/f).

En el caso de Andalucía, las primeras experiencias de comunicación alternativa también van a surgir como emisiones piratas en distintos pueblos. La primera de ellas en Sanlúcar de Barrameda en 1979 y la más relevante en la historia de la TV local en 1989 con la creación de Onda Jerez. Según Navarro (1999), tras la instauración de la democracia, asumiendo las libertades que conlleva la nueva situación política, se desarrolla en la sociedad andaluza un sector creciente que adopta una postura reivindicativa en defensa del libre acceso a los medios de comunicación local, desarrollándose sobre todo a través del video comunitario. Asimismo, el autor señala como rasgo particular del proceso en esta región que las televisiones locales no surjan ligadas al movimiento asociativo o cultural, sino que desde un comienzo son iniciativas empresariales (Navarro, 1999: 161, 192). A fines de los 80s ya había experiencias en provincias de Sevilla, de Córdoba, de Almería, en Granada y en Huelva. Sin embargo, el proceso no fue fácil, ya que hubo una persecución permanente:

Una televisiones que tuvieron que enfrentarse a un duro proceso legal y en algunos casos político, que determinaron en ocasiones el sistema elegido para emitir, el tipo de programación, y a veces el propio futuro de cada una de las televisiones [...] Así vemos que el período que va desde 1989 hasta 1993, es cuando se consolidan la mayoría de las televisiones locales, también fue un período de persecución y continuos cierres por parte de los Gobernadores civiles de la provincia (Chaparro, 1999: 96 y 98)

Contexto

Democracia joven

En el caso español no se puede evitar la referencia a la dictadura como parte del contexto sociopolítico y que podría constituir uno de los factores explicativos de la relación entre políticas de comunicación, experiencias de televisión alternativa y movimientos sociales en este país.

En efecto, la democracia española tiene la particularidad de ser una monarquía constitucional, precedida de 40 años de dictadura y una guerra civil de tres años. Esto la hace bastante excepcional en el contexto europeo, sólo comparable para algunos efectos con otros países del Mediterráneo.

Al respecto, esta investigación se considera cercana a aquellos análisis que sostienen que en España coexiste una fuerte politización del sistema de medios con una desmovilización política de la sociedad civil que tienen sus antecedentes en el franquismo¹⁰. Esta mezcla de factores podría explicar tanto la politización actual del gran sistema de medios públicos y privados, así como la situación de precariedad en la cual se ha desarrollado la comunicación local, particularmente aquella de carácter comunitario, libre o alternativo.

En una línea similar se ubica el análisis comparado de sistemas nacionales de medios que realizan Hallin y Mancini y en el cual conciben a España como ejemplo básico del modelo “pluralista polarizado” (2008: XVII), caracterizado entre otras cosas por el alto nivel de partidismo político en los medios, un sistema partidista de control de la radiotelevisión, una

¹⁰ En la línea de autores como Cayo Sastre y Juan Linz.

democratización tardía, un menor desarrollo de la autoridad racional – legal que coexiste con la presencia del clientelismo (2008: 63 – 64).

Politización del sistema de medios

La dictadura va a politizar los medios públicos estatales al punto de desprestigiarlos de una manera que la transición democrática no ha podido revertir, por su propia continuidad (si bien más refinada y con alternancia) de esta estrategia, tanto a nivel estatal como autonómico. Según Carreras (2000: 360), el cambio democrático que supuso el Estatuto de Radio y Televisión de 1980 fue meramente formal “de estar la televisión bajo el poder del franquismo, pasa a estar bajo el poder democrático; pero, en definitiva, es el poder político el que continúa dominándola. De aquí que uno de los elementos más característicos de la televisión pública en España haya sido su politización”.

En el ámbito de las autonomías que competen a esta investigación, la situación no es distinta. Es así como en el caso de Cataluña, Moragas y Fernández denuncian que si bien la ley establece que el nombramiento de los 12 miembros del consejo de administración de la Corporación Catalana de Radio y Televisión de Cataluña (CCRTV) debe hacerse mediante mayoría de dos tercios entre personas de méritos profesionales relevantes, en la práctica los grupos parlamentarios han tendido a presentar como candidatos a miembros de sus aparatos de partido o de sus oficinas de comunicación, “conformando así un consejo más adecuado para la vigilancia de los intereses partidistas que para formar un equipo preparado para ayudar al director general a dirigir una organización de gran complejidad” (Moragas y Fernández, 2005: 243). Solo excepcionalmente estos candidatos han procurado tener una actitud independiente de los lineamientos partidistas, con consecuencias no siempre positivas para su propio desarrollo tanto profesional como político.

Santaolalla, por su parte, denuncia que el sistema de designación y cese del Consejo de administración de Radiotelevisión Madrid conlleva a que este órgano se desarrolle sobre la base de coordenadas estrictamente partidistas: “esto es, sus miembros actúan dentro de la política promovida por el partido político que los elige. Por ello no puede extrañar que tienda a reproducirse en su seno la dialéctica mayoría – oposición que preside la vida parlamentaria” (Santaolalla, 2004: 27).

Por último, en el caso de Andalucía, Chaparro se refiere el fantasma permanente de la politización desde su accionar como miembro directivo de EMARTV:

Ha habido momentos en los que, políticos de altos vuelos y cargos, se han acercado a decir *yo quiero que me preguntes esto* y no, usted viene aquí a ser entrevistado y yo voy a preguntar lo que crea conveniente y lo que yo pienso, en base a lo que hemos barajado en redacción, que es interesante para la ciudadanía. Si usted quiere sacar otras cuestiones, luego se podrá plantear, pero no me traiga un cuestionario (Chaparro, 2007)

Este hecho permitirá entender, en primer lugar, la importancia que va a tener a partir de los 70s la emergencia de prensa clandestina, radios libres y televisiones piratas como experiencias que expresaban una búsqueda de espacios de comunicación más democráticos.

La continuidad de este fenómeno de partidización se expresa hasta nuestros días en cuestiones tales como las denuncias de politización de los informativos de RTVE (sobre todo durante los gobiernos del PP)¹¹, así como el poder que tienen los gobiernos de turno para la entrega de concesiones de radio o televisión privadas a grupos mediáticos afines (que operan en una escalada ascendente de concentración empresarial y homogeneización de contenidos), todo lo cual termina erosionando el grosor democrático del sistema de medios y plantea la necesidad de mecanismos más transparentes para la distribución del espectro radioeléctrico entre los diversos sectores sociales interesados en hacer uso de un bien que es público (Chaparro, 1998; Garcia, 2006).

Desmovilización política

A nivel social, por su parte, la participación opera sobre un trasfondo caracterizado por un desinterés sobre la discusión política, uno de cuyos antecedentes es la desmovilización política conformada durante la dictadura y que atraviesa todo el proceso de democratización desarrollado en España. Para Sastre (1997: 72) “la desmovilización de la sociedad predemocrática fue un elemento que favoreció la estrategia de cambio diseñada por las élites

¹¹ Un caso paradigmático a este respecto lo constituyó la denuncia de manipulación informativa hecha por Comisiones Obreras y que culminó con una sanción a RTVE por parte de la Audiencia Nacional de España en 2003.

políticas españolas”. En efecto, el hecho de que la dictadura haya terminado a causa de la muerte natural del dictador y no por la acción concertada de la población ni por una alianza activa entre élites políticas y ciudadanía, grafica adecuadamente la relevancia de este factor.

Esta desmovilización de fondo sería explicativa de una auto percepción de ineficacia respecto de la propia participación política (percepción mayor que en otros países europeos) que no habría cambiado sustancialmente luego del fin de la dictadura, y que hace que las decisiones políticas se perciban como ajenas a la iniciativa de los individuos (Sastre, 1997).

Esto incidiría en el bajo grado de participación cívica en la discusión y en el debate político, reforzado según Benedicto (2006) desde el quehacer cotidiano de las élites partidistas, acostumbradas a hacer acuerdos cupulares sin mayor consideración de la ciudadanía y que obstruyen el paso a otros actores que también quieren participar de los debates del espacio público.

Estos antecedentes permiten comprender tanto la insensibilidad política hacia la promoción de medios de comunicación gestionados desde fuera de los poderes establecidos como las dificultades de los propios involucrados en las experiencias alternativas para consolidar este espacio comunicativo. Según Mayugo (2006: 22) “las instituciones democráticas españolas no percibieron la comunicación como una cuestión clave de articulación de la sociedad, por lo que no se incorporó a la ciudadanía como agente de pleno derecho en el sistema mediático que se estaba aupando” y vieron siempre a los medios promovidos por la sociedad civil “como fenómenos coyunturales y marginales que acabarían por perecer o cuyos postulados se vehicularían paulatinamente a través del sector público de radio y televisión”, abandonándolos “en una selva donde regía la ley del más fuerte y tuvieron que enfrentarse solos a la competencia feroz de las grandes corporaciones”.

En los últimos años se puede observar un fenómeno de dinamismo participativo a nivel del estado español, que involucra tanto métodos tradicionales como no tradicionales de acción colectiva y que se expresa en grandes movilizaciones. Según los datos de la Encuesta Social Europea (Ferrer, 2005, citado en Benedicto, 2006), los españoles son, después de los luxemburgueses, los europeos que más asisten a manifestaciones autorizadas, con bastante diferencia respecto al resto de países de la encuesta. Sin embargo, queda en duda la profundidad y sustentabilidad que pueda tener este fenómeno en el contexto ya descrito, así

como el predominio más bien conservador o transformador de estas movilizaciones.

Legislación en comunicación compleja, diversa y dispersa

En el interior del Estado español la legislación en comunicación opera en tres niveles: i) las directrices que provienen de la Unión Europea, ii) las normativas que surgen desde la Constitución, las leyes del Parlamento español y los decretos con fuerza de ley y iii) la legislación y reglamentación que se da a sí misma cada autonomía. Asimismo, tanto la radio como la TV operan en tres niveles diferenciados entre sí: estatal, autonómico y local, pudiendo existir en cada uno de ellos medios públicos como privados. De manera que se pueden dar distintas combinaciones entre legislación y tipo de medio, que constituyen un entramado laberíntico difícil de manejar y con poca utilidad para las experiencias de comunicación alternativa. El diagnóstico de Chaparro (2007) al respecto es que “nos sobran regulaciones, la mayoría de ellas, ni siquiera se aplican y no hay ni organismos que las apliquen, ni vocación para aplicarlas”.

La política audiovisual de la UE incluye mecanismos de apoyo a la industria audiovisual (programa MEDIA), así como unos lineamientos generales de regulación de contenidos (“Televisión sin Fronteras”). Pero junto con ello hay una serie de políticas comunitarias con un impacto significativo sobre el sistema audiovisual de los países miembros. En un artículo sobre las políticas europeas de televisión digital terrestre, García Leiva (2006a; 6) señala cómo a partir de 1993, la política audiovisual europea se ha caracterizado por una perspectiva económico-industrial, por lo que todas las actuaciones que han tenido por objeto a la televisión en el contexto digital, están guiadas por una lógica mercantil e instrumental, pero no social. Asimismo, la autora destaca de qué manera en el caso de España estos lineamientos de política de la UE han sido usados tanto para justificar como para no efectuar determinadas actuaciones, dejando librado a las fuerzas del mercado el desarrollo del servicio, mediante la no intervención directa en su desenvolvimiento ni el establecimiento de un mínimo marco legal indispensable (García Leiva, 2006b; 17).

Esto último está relacionado con el primer dato de contexto que salta a la vista a nivel estatal: la inexistencia de un organismo regulador del audiovisual con potestad sobre todo el Estado, lo cual es una excepción en el contexto europeo. Debido a esta situación las políticas de

comunicación no están siendo adoptadas por un organismo independiente y autónomo sino por instituciones que dependen directamente de la orientación política del gobierno de turno (Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, creado en 1996, adscrito al Ministerio de Fomento y al Consejo de Ministros; Ministerio de Ciencia y Tecnología, creado a principios de los 2000) y que se concentran principalmente en asuntos técnicos y de competencia. A esta falta de un organismo regulador estatal, se suma la dispersión (y a veces obsolescencia) de la normativa existente sobre radio y televisión, cuestión esta última en la cual coinciden diversos investigadores. Carreras (1996: 217, citado en López et al, 1999) acusará que la falta de planificación, de coherencia y de consenso, ha conformado un sistema de medios que “se ha ido configurando como resultado de decisiones políticas que se han tomado a medida que la realidad social se iba imponiendo por la razón de los hechos”, cuestión que confirmarán como tendencia Moragas y Fernández (2004: 235) al señalar que “el marco jurídico del sector radiotelevisivo se ha seguido haciendo a pedazos”.

Tanto la politización como la dispersión legislativa reclaman hace tiempo la necesidad de una Ley General del Audiovisual que si bien tuvo sus primeros intentos durante el período de gobierno del Partido Popular y fue una de las promesas electorales del primer gobierno de Rodríguez Zapatero (al igual que la creación de un Consejo Estatal de los medios audiovisuales), sigue pendiente de aprobación.

A nivel estatal, tampoco ha existido una regulación de la comunicación local, a pesar de la relevancia de este sector para la industria audiovisual española. La ley de televisión local de 1995 nunca se aplicó debido a la falta del plan técnico que la hiciera efectiva, lo que ocasionó una saturación del espectro radioeléctrico sin orden alguno. La concesión de licencias de TDT local que se ha producido durante el primer gobierno de Rodríguez Zapatero ha venido en parte a ordenar este panorama, pero en parte también a continuar la senda de privatización y comercialización del espectro radioeléctrico, al dejar fuera la posibilidad de entregar concesiones a medios comunitarios, libres y alternativos que no dependen de los poderes públicos ni de intereses privados.

Por último, los decretos con fuerza de ley que puede emitir el ejecutivo -como por ejemplo el que permitió la emisión en abierto de Canal Plus, bajo el nombre de La Cuatro- son otra muestra del nivel de discreción con la cual se toman las decisiones desde el punto de vista del gobierno estatal.

A nivel autonómico, la primera emisión en 1982 de ETB (país vasco), es previa a la denominada Ley del Tercer Canal, aprobada recién en 1983. Pero con ley o sin ella, fueron las televisiones autonómicas -antes que las privadas de alcance estatal- las que terminaron con el monopolio de la televisión pública. Aunque en su origen el marco normativo de la radiotelevisión autonómica era una copia casi literal del Estatuto de la televisión pública, con el tiempo se ha pasado a una situación en la que las autonomías tienen amplísimas competencias en la materia y que se concretan, básicamente, en la posibilidad de crear y gestionar radios y televisiones propias (López et al, 1999: 144); es así como actualmente, por ejemplo, tienen las competencias para la concesión de las licencias digitales en los ámbitos autonómico y local. El aspecto negativo de esto es que en la mayoría de los casos se reproduce a nivel autonómico la partidización y el clientelismo presente en la toma de decisiones que se observa a nivel estatal. Esto tiene consecuencias tanto en la actitud de mayor o menor permisividad hacia proyectos de comunicación de orientación comunitario o alternativo, así como en la mayor o menor intervención del clientelismo en las decisiones técnicas sobre la distribución de las concesiones del espectro radioeléctrico.

A lo anterior, debe agregarse el hecho de que las competencias compartidas entre Estado y autonomías en materia de radiodifusión se han convertido en un argumento de ambos para que durante casi 30 años no se haya legislado en ningún lugar de España respecto del derecho de acceso de la sociedad civil organizada a concesiones de medios de comunicación, aunque el Tribunal Constitucional haya declarado en numerosas ocasiones que la regulación de los aspectos de la radiodifusión conectados con las libertades y los derechos fundamentales recogidos en el artículo 20 de la Constitución no son una competencia exclusiva del Estado, sino que se trata de una competencia compartida con las autonomías, por lo que estas últimas **si** pueden legislar al respecto, incluso cuando no exista una norma estatal previa sobre el tema. Para la ACS (2005a), “el reconocimiento de que hay una laguna en la legislación, pero la no voluntad de quererla paliar, es un acto de total irresponsabilidad y un atentado a cualquier idea garantista del derecho”.

Particularidades del Soporte Televisivo

Soporte y alcance

Las tres experiencias analizadas emiten hasta el momento como televisión analógica (UHF), aunque EMARTV también utiliza el satélite para la distribución en red de las producciones audiovisuales. Sin embargo, con el apagón analógico la realidad de cada una de ellas será diferente. En el caso de Tele K, podría llegar a adquirir una licencia para emitir en digital, gracias a la enmienda aprobada en la LISI; La Tele, de mantenerse la actual realidad autonómica, corre el riesgo de desaparecer del soporte televisivo y/o optar por el soporte internet. Por último, en el caso de EMARTV, como la mayoría de sus emisoras son municipales, la principal diferencia radicaría en los cambios impuestos por el plan técnico de televisión digital, de acuerdo al cual algunas televisiones locales ya no pertenecerán a un solo municipio, sino que a varios (una comarca) y se tendrá que redefinir la pertenencia a la red del nuevo canal, a partir del acuerdo entre los distintos municipios que lo gestionen, lo cual no es visto con buenos ojos:

El hecho de que haya emisoras muy consolidadas y que ahora se vean obligadas a entrar en un consorcio junto con otros municipios que no estaban interesados o que no tienen esa vocación, pues es una merma, un paso atrás (Chaparro, 2007)

Tanto en Tele K como en La Tele es más notoria la presencia de una reflexión sobre el soporte televisivo, ya que el motor original de EMARTV ha sido la radio. En el caso de Tele K el trabajo en el soporte televisivo está integrado a una reflexión más general sobre la difusión multimedia, basada en las posibilidades de las nuevas tecnologías para difundir la misma información en diferentes soportes con gran capacidad interactiva, como en el caso de internet, como señala su director:

Lejos de que las nuevas tecnologías nos inhiban de esta idea, yo creo que deben alentarnos, lo que hay que hacer es alentarnos, lo que hay que hacer es hacerlas converger y los que estamos en televisión tenemos que buscar nuestra presencia en internet (Pérez, 2008a)

Aunque esto no signifique necesariamente hacer televisión por internet, como matiza una de las

colaboras del proyecto:

“La tv se ve sentado en el sofá, en el ordenador buscas información, ves videos, ves algo pero no te quedas, no es el mismo proceso al menos al día de hoy; la lectura es diferente, entonces a mi internet no me vale para las tvs”
(Picazo, 2008)

En La Tele la reflexión sobre el soporte televisivo está integrada a dos reflexiones: una acerca de la socialización de las herramientas de producción audiovisual como un modo de democratizar la comunicación y otra sobre la relevancia política de los medios de comunicación masivos para el trabajo y los objetivos de los movimientos sociales (ACS, 2005b).

En esta visión integrada del soporte se inscribe por ejemplo el desarrollo de un archivo audiovisual, en el cual se encuentran los programas de producción propia de La Tele, así como otros videos que han sido cedidos para su emisión¹². El objetivo final de este es ofrecer material audiovisual sobre los movimientos sociales para la consulta pública.

Tele K y La Tele comparten el hecho de estar emitiendo desde la capital de la respectiva autonomía, con un alcance relativamente bajo y que alcanza sólo a unos pocos barrios de la ciudad. En el caso de Tele K, la zona de Vallecas (ellos calculan unos 600 mil telespectadores potenciales). En el caso de La Tele, los barrios de Gracia, Eixample, Ciutat Vella y Poblenou. EMARTV, por su parte, al estar concebida como un proyecto de emisoras mancomunadas, alcanza a parte importante de Andalucía (3 millones de personas). Con respecto al reconocimiento que tienen dentro de su radio de acción, este parece ser mayormente notorio en el caso de Tele K, pues según las mediciones de audiencia contarían con 28.000 telespectadores de audiencia diaria acumulada, pero desde el punto de vista de “valoración cualitativa”, hay otros indicadores que ellos consideran más valiosos y que tienen que ver con la legitimidad social de la experiencia y que se han expresado en momento de tensión, como cuando Tele K estuvo en peligro de cierre por las restricciones del gobierno de Madrid:

La gente salió a defender Tele K, salió a la calle a manifestarse, a apoyarnos de diferentes maneras, a nivel personal, a nivel colectivo, asociaciones, de los aficionados del equipo de futbol, la asociación de vecinos, todo el mundo se

¹² El archivo audiovisual se encuentra visible en sus principales características (título, tema, año de producción y sinopsis) en la siguiente página web: <http://www.okupemlesones.org/TVarxiu.php>

movilizó en defensa de algo que consideraban como propio (Pérez, 2008a)

Tele K y EMARTV comparten el hecho de ser originalmente experiencias vinculadas a comunidades geográficas, mientras que en La Tele la noción de comunidad de intereses es más relevante como factor aglutinador; esto es, los movimientos sociales o colectivos de la ciudad y de los alrededores, con intereses asociados a los límites geográficos de Cataluña o que van más allá de ella. De todos modos, en mayor o menor medida, en las tres experiencias coexiste la orientación tanto hacia comunidades geográficas como de intereses.

Lo relevante en la mirada general al caso es que en las tres experiencias el tema del alcance es problemático y permanece de fondo un deseo de llegar más lejos o de trabajar en red. El trabajo cotidiano cuestiona el sentido de lo local como único espacio de desarrollo de estas experiencias alternativas de comunicación y pone en evidencia la relevancia de un trabajo que integre lo local con una perspectiva mas amplia en sintonía con los procesos de globalización, tal como se observa en la reflexión de una investigadora en el tema y activista de Tele K:

¿Quién sería esa multitud de la que habla Negri en el mundo de la tv? Pues serían las tv locales, las comunitarias que se unen, hacen proyectos comunes y establecen un nuevo modelo de la comunicación [...] lo que yo me encontraba cuando buscaba investigaciones es que todas parten de lo local, es la tv local en Cataluña, la tv local en Castilla y la Mancha, yo ya no creo que la tv local sea local, es global, la proximidad es la globalidad, no me vale una televisión que se queda en un punto geográfico (Picazo, 2008)

Por esta razón para superar los límites que supone un poder de emisión bajo o delimitado geográficamente, así como para vincularse con otras experiencias a nivel europeo e internacional, las tres experiencias usan internet o el satélite como apoyo. Es así que Tele K y EMARTV participan de la red Glocal TV, un proyecto iberoamericano de la Red de Televisión local de interés social cultural y educativo (RETISEC) para lograr intercambios de difusión y contenidos televisivos, sin ánimo de lucro, entre la Asociación de Televisión Iberoamericana (ATEI) y el conjunto de televisiones locales que deseen participar en su puesta en marcha, aprovechando los mecanismos de cooperación y la infraestructura tecnológica de continuidad y distribución por satélite que tiene la Televisión Educativa Iberoamericana. La Tele, por su parte, de un tiempo a esta parte se encuentra trabajando en el desarrollo de la señal vía

streaming.

Lenguaje y contenidos

Tele K privilegia la emisión de contenidos de producción propia, de allí que sólo admite producciones externas de otras televisiones locales y educativas con las que participa en redes de cooperación. La programación dura entre 3 y 4 horas diarias y se distribuye varias veces al día en franjas horarias distintas, bajo el entendido de que esta opción implica acumular audiencia en lugar de competir por ella, sin tener que ceder a la idea de rellenar la programación con contenidos ajenos a su idea de televisión. Se privilegia la emisión de contenidos que sean de interés local, social o cultural (Pérez, 2008a).

En términos de lenguaje, hay una crítica activa al sensacionalismo, abogando por un ética informativa que evite la espectacularización de la vida privada de las personas, sus sentimientos y su sufrimiento; se privilegia la profundización de la información que siendo relevante pueda tener menos seguimiento en los medios tradicionales:

Las noticias en Tele K se basan en noticias muy breves, algunas piezas que nos vamos a grabar y luego mucha entrevista. Ya estas hablando de crítica y de algo en profundidad no de actualidad, un cambio en ese concepto, y no hay nada parecido a prensa rosa, no hay publicidad entonces ya como espectador dices esto es algo distinto (Picazo, 2008)

Hay una política de eliminación del guión previo y una valorización de la espontaneidad y el dinamismo, elementos considerados ausentes de la televisión convencional.

De manera concreta, del tipo de programas existentes, se pueden destacar los que han ganado premios. El programa "Barrios", por ejemplo, fue elegido mejor programa de servicio público en la televisión local de Madrid en 1996, mientras que en el 2006 la producción de Tele K "4 días de Marzo" sobre los atentados explosivos de Atocha obtuvo el Premio Especial del Jurado Internacional en el Festival de Kosice, en Eslovaquia.

Un documental que se llama *4 días de marzo*, donde se cubrió todo desde el punto de vista de Vallecas, desde las reuniones con las asociaciones para

convocar movilizaciones, concentraciones, paros en los polígonos industriales; se hizo y buena parte de las imágenes nos las han comprado para hacer documentales y este propio documental ganó un premio internacional en Eslovaquia en un festival de televisión (Pérez, 2008a)

Otro programa que se puede destacar es uno llamado “Diferentes, iguales”, que abordaba la presencia de inmigración latinoamericana en Vallecas, pero además era intercambiado con las televisiones locales y comunitarias del país latinoamericano al cual se refería el fenómeno migratorio. A ellos se les enviaba este programa y ellos reenviaban otro.

Era algo interesante para el barrio porque ahora además de vallecanos pues ahora hay vallecanos ecuatorianos, era interesante sacarlo en nuestra tv porque estás enseñando que el barrio ha cambiado y ahora tienes nuevos vecinos, les humanizas, les haces cercanos [...] no es *te cambio cualquier programa por cualquier programa para llenar la parrilla*, si no que estamos trabajando juntos... (Picazo, 2008)

En síntesis, de lo que se trata es de contenidos que problematizan conflictos y tensiones presentes en la vida social, desde una perspectiva reconocidamente crítica. Tele K se concibe como abierto a la comunidad, pero siempre que esta se adapte a su perspectiva:

Hola, no somos objetivos. Somos de izquierda o gente preocupada por lo social y te lo decimos. Si esperas objetividad nosotros no te la vamos a dar, pero es que nadie la da, pero somos de los pocos que te lo dicen. Te lo voy a contar desde aquí, sabes que va a ser seleccionado, que va a pasar por mí, no todo cabe en Tele K (Picazo, 2008)

Mientras, los principios generales de programación de La Tele están relacionados con emitir contenidos que generen sinergia con la labor de los colectivos que forman parte del tejido asociativo de Barcelona. Esto es: informar sobre la existencia y actividades de estos colectivos; informar de la actualidad desde el punto de vista y acción de estos, estando atentos a las contingencias; ampliar el conocimiento general sobre los temas que tratan los colectivos; difundir actividades de creación cultural no comercial y de economía social; poner en evidencia las falencias de los medios convencionales y sus formas de comunicación, dando a conocer lo que estos no muestran o muestran veladamente; favorecer espacios de trabajo audiovisual entre colectivos.

En términos de lenguaje a utilizar, se promueve la combinación de estilos audiovisuales diversos, una comunicación popular menos militante y más bien conectada con el accionar y el sentir de la gente corriente y la abolición de la división o especialización emisor-receptor.

También se excluye todo contenido sexista, racista, consumista, comercialista, agresivo, proselitista (religioso o político), militarista o que en cualquier caso represente una incitación a la violación de los derechos humanos. Entre los contenidos que han sido parte de la programación de la Tele se encuentran: precariedad laboral (May Day), anarquismo, antifascismo, especulación inmobiliaria, inmigración, cultura libre, investigación activista, desobediencia civil, irregularidades, medios libres, tribus urbanas, políticas cívicas del ayuntamiento y feminismo (ACS 2: s/f).

Finalmente, uno de los criterios de producción que da sentido al trabajo integrado de la red EMARTV es el de generar aquellos contenidos informativos que más dificultades de fabricación y elaboración ofrecen al conjunto de emisoras y en consecuencia los más ausentes, asegurando que en este proceso no intervengan los criterios de ninguna localidad en particular (Chaparro, 1999: 101). Quizás por esta misma razón, estos contenidos para su distribución en red son principalmente aquellos que cada emisora por separado no puede cubrir porque exceden sus límites geográficos inmediatos al ser autonómicos, estatales o internacionales. De cualquier modo, el enfoque para su tratamiento es desde una perspectiva solidaria o alternativa a la de los medios tradicionales, con especial énfasis en la información proveniente de América Latina.

Lo que produce la Asociación por consenso es información, porque ¿qué emisora puede hacer una información regional? Ninguna [...] Información regional, y también parte internacional, pero marcando lo que es información de solidaridad o información crítica de la que no suele aparecer en otros medios de carácter institucional y fundamentalmente trabajando la agenda latinoamericana, porque entendemos que cada día pertenece más a nuestro universo (Chaparro, 2007)

En términos de contenidos internacionales y pese a la mucho mayor cercanía física e incluso cultural, la relación con el Magreb es mucho más débil y se plantea como un desafío pendiente mediado por las diferencias idiomáticas, aunque se resuelve por medio de otros contenidos de la Red:

Ha habido dificultad con el idioma, es decir se está dando información en castellano pero la lógica exigiría que se diera información en árabe pero también en francés [...] yo creo que esa información está mas presente en programas que van mas dirigidos a la comunidad de inmigrantes (Chaparro, 2007)

Las producciones audiovisuales de EMARTV también han recibido reconocimiento por medio de premios, como es el caso de un reciente documental que denuncia la situación social en El Salvador y que fue premiado en Madrid, compitiendo incluso con producciones de televisiones comerciales.

Emisión y recepción

Las tres experiencias arriba analizadas dan una alta importancia a la democratización de la emisión. En este sentido, se conciben a sí mismas como facilitadoras de la expresión de la sociedad civil, antes que en representantes de esta. Las tres apuestan por una democratización de la emisión, pero la reflexión y conceptualización acerca de la misma presenta algunos matices.

En Tele K, dos principios de la acción son la supresión de mediadores y la interactividad con el público. Lo primero se refiere al hecho de que la información se cuenta a través de sus propios protagonistas. A través de este principio se pretende evitar que el mediador imponga un sesgo propio a la información y le reste autenticidad.

A la hora de elaborar noticias nunca hay redactor, consideramos que el protagonista de la noticia puede narrarlo y contarlo perfectamente sin la necesidad de un mediador, es una característica de nuestra forma de hacer las cosas, nunca hay un narrador, ni nadie dando la información en off, si no que los propios protagonistas la cuentan (Pérez, 2008a)

Por su parte, el desarrollo de un espacio para la interactividad se refiere a la necesidad de establecer espacios para que organizaciones sociales y de los colectivos locales puedan acceder a la presentación de su trabajo y su discurso por medio del soporte audiovisual, así como a

facilitar la intervención del público con llamadas en directo a los programas, en tanto receptores individuales activos.

Fuertemente especializados en información local y en facilitar el acceso de aquellas voces con menos capacidad de expresión en medios convencionales y también de los diferentes colectivos que han usado, en el buen sentido de la palabra, nuestra televisora ... hacemos programas de acceso. Por ejemplo, *Son de Paz* o la *Coordinación de Inmigrantes*, tiene su propio programa que utilizando nuestros medios lo producen y lo realizan de manera autónoma (Pérez, 2008a)

En el caso de La Tele, la emisión está concebida como una ventana para la presentación del trabajo y el discurso de organizaciones de la sociedad civil: colectivos relacionados con las problemática de la vivienda y especulación urbanística, colectivos de apoyo de problemáticas de países latinoamericanos o africanos; colectivos que trabajan problemáticas de inmigración, asociaciones juveniles, asociaciones culturales y otras, que se desarrollen en Barcelona o en sus alrededores, según puede observarse en la base de datos del archivo audiovisual que desarrolla la experiencia. Queda en evidencia que el emisor aquí está más concientizado que en los otros dos casos, al tiempo que es más amplio en términos geográficos, pues implica a colectivos que trabajan en distintos lugares de Cataluña. Las particularidades en la emisión también implican una diferenciación con los receptores, ya que mientras La Tele siga emitiendo en soporte analógico sin adoptar una herramienta como el streaming, los emisores se seguirán distribuyendo en un espacio más amplio que los receptores dictados por el alcance geográfico. Aunque esta diferencia podría jugar a favor del proyecto de La Tele -colectivos organizados en torno a temáticas de crítica social que sensibilizan a la población media de una gran ciudad europea-, los activistas que han llevado adelante el proyecto de La Tele no han reflexionado hasta el momento ni sobre esta debilidad del proyecto ni sobre su posibilidad de convertirla en una oportunidad.

Finalmente, EMARTV tiene un matiz que las otras experiencias no tienen: un respaldo y reconocimiento de los municipios que son en última instancia los administradores de la mayoría de las radios y televisiones que forman parte de la asociación. Esto representa una fortaleza (principalmente en términos de la sustentabilidad) pero al mismo tiempo significa una amenaza permanente de intervención política directa que puede hacer perder de vista los objetivos originales relacionados con democratizar el acceso a las tecnologías de la comunicación,

inciendiando también en la conformación y concepción de quiénes son los emisores y quienes son los receptores. Dicho de manera simple: cuando la legitimidad emana de la legalidad las experiencias de comunicación alternativa corren el riesgo de perder de vista la legitimidad que proviene de las bases sociales si no están suficientemente atentas a mantenerla por medio de un trabajo de base que sea asociativo y representativo.

En la medida que el acceso participativo que pregona EMARTV está mediado por las estructuras municipales, hay un desafío permanente de no perder el vínculo con las bases sociales que legitiman la experiencia. Su apuesta para evitar este problema pasa por hacer que la propia producción que se hace circular dentro de la asociación sea el resultado del trabajo unificado y coordinado de las bases sociales (Chaparro, 1999). La fortaleza del movimiento asociativo -principal emisor y receptor de las experiencias- sería el modo de asegurar la representatividad de la experiencia.

Son medios de una gran proximidad entre su mensaje, su discurso y el propio ciudadano, entonces falsear ese discurso es muy complicado, porque tu estás en una realidad tan próxima, que la reconoces en el día a día (Chaparro, 2007)

De manera concreta, los contenidos que pone en circulación la asociación son producidos por tres emisores de distinto nivel: la asociación, las emisoras y los colectivos ciudadanos que acceden a estas últimas. Cada uno de ellos posee un nivel de decisión distinto respecto de lo que se emite como EMARTV.

Sustentabilidad Social

Diagnóstico y acción

Menosprecio político - comercial hacia la comunicación alternativa

En cada una de las tres experiencias hay ejemplos del modo en que intereses relacionados con el poder político y/o comercial permanecen en una actitud de constante menosprecio, desidia o descalificación hacia la labor que ellas realizan. Este menosprecio cotidiano se da principalmente en el respectivo ámbito autonómico.

En Madrid, hasta antes de la aprobación de la LISI, la situación de precariedad de Tele K tuvo

momentos paradigmáticos. Uno de ellos fue la negativa del gobierno autonómico a otorgarle una de las concesiones de emisión en digital (a pesar de haber concurso en igualdad de condiciones que las proyectos privado-comerciales convocados). La entrega de concesiones se hizo de manera irregular, ya que las nuevas licencias de televisión digital fueron adjudicadas sin pedir el informe preceptivo al Consejo Audiovisual de Madrid, tal y como exige la ley. Asimismo, fueron otorgadas a proyectos reconocidamente afines a la iglesia católica y el Partido Popular (quienes detentan el poder en el gobierno autonómico), incluyendo tanto empresas de creciente creación como otras sin experiencia en el ámbito local, mientras que varias televisiones locales que emitían desde hace años en la región fueron ignoradas. Una vez adjudicadas las licencias, El País (2005a) resumió el estado de la cuestión señalando que “de 30 licencias, la Iglesia católica ha obtenido cinco y cuatro el periodista de la Cope Federico Jiménez-Losantos, las mismas que Antena 3. Blas Herrero (Kiss FM) ha recibido dos. El Mundo e Intereconomía explotarán una cada uno. El presidente del Atlético de Madrid, Enrique Cerezo, obtuvo 10, y José Frade, tres”.

En esta misma línea, fue el enfrentamiento entre Tele K y el segundo canal de Telemadrid (el canal autonómico), cuando el gobierno autonómico decidió comenzar a emitir en analógico (ya emitía en digital) y sin una autorización técnica de por medio, mientras abría expedientes de cierre a 21 televisiones locales por emitir en abierto sin licencia. Ante esta situación Tele K decidió comenzar a emitir en el mismo canal, siendo seguido por otros canales locales a los que tampoco fueron asignadas licencias digitales, como el caso de canal 33, abogando el principio de igualdad ante la ley (la Comunidad de Madrid no podía erigirse en el principal infractor promoviendo las emisiones de La Otra sin autorización del Ministerio de Industria) como el de libertad de expresión (no a una repartición del pastel para medios con un punto de vista político y valórico similar).

El director de Tele K invocó la Ley de Televisión Local, de 1995, y subrayó que Tele K tenía “**mayor derecho**” a utilizar una frecuencia vacante (el canal 40) y presentó un recurso de alzada contra la decisión del Gobierno de Esperanza Aguirre de adjudicar a “empresas afines al PP” las licencias de televisión local digital correspondientes a las demarcaciones de la Comunidad, “excluyendo a las televisiones de proximidad que viene funcionando desde hace años”. Tele K siguió emitiendo en su señal original (canal 30) amparándose en el hecho de que la Justicia admitiera a trámite su recurso de alzada, puesto que una primera consecuencia de este es que las televisiones locales podían seguir emitiendo “con total seguridad jurídica” hasta que hubiera un

fallo judicial definitivo, que podía tardar dos o tres años (Radio vallecas: 2005).

En Cataluña, la búsqueda de interlocución de La Tele con las autoridades autonómicas no ha corrido mejor suerte. Su intento de que la comisión encargada de la redacción de la Ley Audiovisual autonómica escuchara sus propuestas sobre el tercer sector de la comunicación, no pasó de un breve intercambio, pero la ley fue aprobada sin considerar ninguna de sus propuestas (salvo el tibio reconocimiento nominal del tercer sector en los artículos 70 y 71). Tampoco fueron informados del momento en que la ley había sido despachada para su aprobación. También han recibido cartas de anuncio de precintado (junio 2007 y mayo de 2008), luego de los cuales las autoridades respectivas han reconocido tanto la ambigüedad de la legislación como de la propia sanción. Una de las últimas expresiones de esta relación con las autoridades autonómicas ha sido el recurso de reposición presentado ante el pleno del Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) contra el último concurso para la adjudicación de concesiones del servicio público de radiodifusión en FM (publicado el 21 de diciembre de 2007), por considerar que el pliego de condiciones para acceder a una licencia de radio favorecía a los operadores privados de carácter comercial. La ACS pedía reformular los términos del concurso para garantizar (citando los artículos 70 y 71 de la Ley del Audiovisual) que los proyectos de comunicación sin ánimo de lucro pudieran ejercer su derecho a hacer uso de las ondas hertzianas. En febrero, el pleno del CAC desestimaba la petición argumentando, entre otras cosas, que el concurso no excluía a los medios de comunicación de iniciativa ciudadana puesto que la actividad no lucrativa de los mismos “no era incompatible con el carácter comercial de la gestión del servicio de radiodifusión sonora” (ACS, 2008).

Las distintas problemáticas sorteadas por Tele K o por La Tele son indicadores de la voluntad política disponible en este caso para el desarrollo de canales de comunicación que no fueran públicos gubernamentales ni privados comerciales. La vivencia histórica y contingente de la desidia política ante la demanda ciudadana por la democratización del espectro radioeléctrico, y el acceso al espectro en igualdad de condiciones para la sociedad civil organizada, ha volcado a estas experiencias a seguir en el aire bajo riesgo de ilegalidad, sustentadas en el apoyo que reciben de parte de las comunidades a las cuales logran llegar y confiados de estar dando una pelea justa. Para la ACS (2003), “técnicamente es posible, y política y socialmente necesario en Barcelona crear dos nuevas emisoras con una tipología totalmente diferente a las ya existentes, tanto con respecto a los formatos y los contenidos pero sobre todo innovadora en la gestión”.

En el caso de La Tele, además, este menosprecio sirve como base de una crítica activa de la democracia representativa, así como del sistema de medios que la legitima. Su posición cercana al quehacer cotidiano de la sociedad civil organizada, le entrega una posición privilegiada para observar el enquistamiento de una clase dirigente que parece volcarse hacia la ciudadanía sólo en época de elecciones mientras día a día se suceden problemas sociales que requieren de soluciones públicas urgentes ante los cuales la clase política llega tarde o simplemente no llega:

Cada vez nos es más insuficiente hablar cada cuatro años. Cada día más, queremos tomar con nuestras manos las cosas que nos interesan. No queremos pedir permiso para hablar, para interpelar a los que gobiernan, para denunciar que los intereses de las grandes empresas y multinacionales quieren pasar por encima de nuestros derechos, para informarnos e informar, para crear nosotros mismos aquello que nos entretiene. No sólo queremos escuchar y ver: queremos hablar y ser vistos. Nadie sufre por nosotros, nadie sufre por nosotros las angustias por llegar a final de mes, por encontrar trabajo digno, por tener una vivienda asequible... por qué debe hablar alguien por nosotros de estas cosas? [Original en catalán] (ACS, 2005d)

La crítica a la democracia representativa es asimismo una crítica al sistema de medios que esta democracia produce, en el cual medios gubernamentales y comerciales se erigen como representantes de los intereses de los ciudadanos, cuando lo cierto es que los ciudadanos pierden cada vez más el control sobre las decisiones de contenidos y enfoques que realizan los grandes medios de la industria, tanto sobre otros temas como sobre ellos mismos. El discurso de la representatividad construye muros que impiden la expresión sin intermediarios de las demandas que surgen de la sociedad civil organizada.

Mientras en Cataluña y Madrid el menosprecio viene principalmente desde el poder político, en el caso de Andalucía esta actitud proviene en parte de los medios públicos que no forman parte de EMA como de los medios comerciales, que ven el éxito de EMARTV como una amenaza tanto por su legitimidad social como por su condición de potencial competidor por los ingresos publicitarios.

Hay un empeño especial siempre en manchar, maltratar, condenar a cualquier medio que no siga el camino rutinario y lucrativo de estos medios comerciales, ¿Por qué? Porque simplemente estos medios de proximidad,

hacen mucha competencia con la audiencia y si se consideran las audiencias de estos medios, el mercado de la publicidad va a pagar otra cosa (Chaparro, 2007)

Estas emisoras si han conseguido tener unos contenidos cercanos a la población y con esta proximidad que tienen capta mucha audiencia, entonces tanto en el resto de los medios públicos como en los comerciales, esto es causa de celos [...] (Chaparro, 2007)

Ante esta desidia tanto pública como privada, EMARTV se posiciona desde una opción de afirmación de los medios públicos concebidos como representantes de la ciudadanía y capaces de mantener una independencia del poder político del momento.

Se piensa que el ciudadano no tiene que pasar por la taquilla de lo público y yo creo que lo público tiene que pasar por la taquilla del ciudadano, y lo ciudadano tiene que pasar por lo público [...] lo público tiene siempre la obligación de incentivar la participación [...] lo que hay que conseguir siempre, es que estos medios públicos no sean maleables o no caigan en la tentación de ser serviles al poder [...] hay riesgos, los medios públicos han traicionado en más de una ocasión su vocación de servicio publico, su vocación ciudadana, su vocación de ser un instrumento de socialización, de buenas practicas ciudadanas, más de una vez ha ocurrido eso y han caído y han sido manipulados y han sido manejados, pero no por eso dejemos de reconocer que son necesarios (Chaparro, 2007)

Asimismo, una de las estrategias adoptadas por el conjunto de las experiencias para su fortalecimiento ante el poder político (pero también ante los intereses comerciales) ha sido el desarrollo de distintas formas de trabajo en red, ya sea con otras experiencias autonómicas como del estado español, en el mismo soporte o en uno distinto. La Tele y Tele K coinciden en la Red Estatal de Medios Comunitarios (REMC), mientras que Tele K también coincide con EMARTV en el G9, que asocia a emisoras de televisión local (privadas y/o municipales) que no forman parte de los grandes grupos españoles de comunicación.

Tejido asociativo y medios de comunicación

También forma parte del diagnóstico una percepción de la existencia de tejido asociativo que habría logrado conformarse en torno a la lucha contra la dictadura y el posterior proceso de

fortalecimiento democrático, el cual habría asistido a un proceso de debilitamiento que habría afectado el desarrollo de unos medios de comunicación que se hicieran cargo de representar esta perspectiva crítica, pues el proceso de agotamiento y fragmentación de este tejido asociativo también habría afectado a la base social que daba apoyo a estas experiencias:

Con todos estos aprendizajes de gente que esta articulando movimientos críticos desde los años 80 sobretodo, lo que creo, es que hay pocos aprendizajes colectivos de los que se recoja; en el tema de la comunicación todavía más: estamos demasiado divididos en reinos de taifas, [...] (Mayugo, 2007)

Las instituciones y los gobiernos llegaron incluso a la tomadura de pelo y a no reconocer unas reivindicaciones muy concretas que se podían haber resuelto en los años 80s como pasó en Francia o en otros países europeos pero yo creo que eso produjo una desmovilización de la gente, es decir, yo soy escéptico no me creo nada, por lo tanto, no lucho, no reivindico y a lo mejor lo que hago es quejarme, ha habido una etapa de 10 ó 15 años que eso es lo que hemos arrastrado (García, 2008)

Haciendo coherente esta percepción con la tesis de Cayo Sastre, el problema radicaría en que ese tejido asociativo no fue lo suficientemente fuerte, lo cual explicaría su rápido agotamiento y fragmentación una vez alcanzada una cierta estabilidad democrática.

Esta percepción de debilitamiento se complementa con una autocrítica al escaso valor que han otorgado históricamente los movimientos sociales españoles al uso de los medios de comunicación de masas como elemento estratégico para la difusión de sus ideas y demandas, con todo lo que eso supone como una reflexión sobre el uso del soporte televisivo con una perspectiva crítica. Mayugo y García destacan la lentitud de los movimientos sociales en descubrir que no pueden continuar de espaldas al fenómeno audiovisual más allá de “intentar meter su discurso en los medios oficiales con un amplio fracaso” (2006: 12).

La respuesta a esta pregunta es una de las motivaciones del accionar de Tele K, que en su página web destaca su quehacer cotidiano como búsqueda de modelos televisivos que supongan un aprovechamiento social del medio (Tele K 2: s/f).

Por último, otra manera de expresión del debilitamiento de este tejido -pensado ahora desde el punto de vista de quienes sustentan las experiencias de comunicación alternativa que siguen existiendo- radicaría en su falta de incidencia en los debates públicos como en su falta de articulación entre si. Como denunciara Chalmeta (2006: 14), “salvo algunas experiencias muy localizadas, por lo general la incidencia de los medios alternativos es muy reducida. Apenas tienen cobertura, falta calidad en los contenidos y no consiguen llegar mucho más allá del propio círculo de militantes”.

En seguida de las críticas, las propuestas y lineamientos para la acción apuntan a no perder de vista varios factores: la relación entre la reflexión sobre las distintas dimensiones de la comunicación de masas (cultural, legislativa, política) y su articulación con el activismo (Mayugo, 2004); no perderse en las discusiones conceptuales y a trabajar coordinadamente a nivel estatal para que la demanda por la democratización del acceso tenga más visibilidad y más reconocimiento, tanto por la ciudadanía como por quienes toman las decisiones en el tema, pero no sólo por lo que ello implique hacia afuera, sino también porque la producción en red de material audiovisual puede contribuir también a administrar de manera más eficiente los escasos recursos con los que cuentan los medios de la sociedad civil (Chalmeta, 2006).

Profesionalización de la TV local

De manera concreta, una de las maneras en que se expresa el debilitamiento del tejido asociativo en el Estado español es en el proceso de profesionalización de la televisión local que comienza a darse durante los 90s, ya que con ella viene un abandono del espíritu comunitario con el cual surgieron las primeras televisiones locales. La propia debilidad del tejido asociativo que sustentaba estas experiencias, en el sentido de haber sido incapaz de prever otra manera de avanzar hacia el mayor fortalecimiento de la comunicación local, sería uno de los factores responsables de esta situación.

Esta autocrítica ha tenido más desarrollo sobre todo en la experiencia catalana, puesto que La Tele surge precisamente criticando esta tradición. En un primer nivel, la autocrítica surge hacia el rol que jugaron los propios movimientos ciudadanos en el proceso de institucionalización de los medios locales, sobre todo durante los 90s (Mayugo y García, 2006). Muchos de estos medios locales de base social -de manera más visible las televisiones- habrían sacrificado a la larga el apoyo de las bases a cambio de una estabilidad económica, sin prever que esta se

transformaría a su vez en un arma de doble filo, al delimitar y restringir todos aquellos contenidos que no fueran rentables o fueran contrarios a los intereses de los financistas (públicos o privados).

La problemática particular de Cataluña radica además en su propia historia comunicacional, donde fue pionera dentro de España en la generación de espacios para la expresión ciudadana, ya fuera a través de las TVs de barrio o las radios municipales en sus primeros años, e incluso en la actitud de cierta tolerancia que ha mantenido hacia las radios y las teles libres. Sin embargo, el diagnóstico de la sociedad civil es que hoy no queda de ello más que un espacio de comunicación altamente institucionalizado y/o privatizado (ACS: 2003).

Por esta razón, no es casual que una de las razones del surgimiento de la Asamblea de la Comunicación Social de Barcelona haya sido el desgaste provocado dentro de los movimientos sociales por la dificultad de lograr que, primero, los medios oficiales transmitieran su opinión y, segundo, que lo hicieran de manera fidedigna durante la seguidilla de grandes manifestaciones que se llevaron a cabo a principios de los 2000 en la ciudad:

La idea surgió tras las movilizaciones que hubo a partir del 2000, de la campaña de deuda externa, después contra el banco mundial en Barcelona ... cuando hubo la Cumbre Europea también. La gente que trabajó en comunicación en estas campañas vio la necesidad de no estar defendiendo la información que se daba a otros medios, sino tener unos medios propios de los movimientos sociales. Además, también hay mucha gente que estuvo en el inicio de los medios locales: televisiones, una radio (Guillamón, 2006)

Por último, un dato que viene a agravar esta situación desde el punto de vista del tercer sector de la comunicación, es que la TDT local se ha instalado sobre este escenario sin hacer en el grandes modificaciones, imponiéndose así por la fuerza de los hechos un único modelo posible de televisión de proximidad de carácter digital: empresarial y profesionalizada (Guimerá, 2006), con una serie de consecuencias negativas tanto para las comunidades en las cuales se desarrollan como para los profesionales que las sacan adelante:

Porque con la excusa de la profesionalización lo que se ha hecho es una mimetización y es una profesionalización muy precaria, una precariedad laboral del sector periodístico, lo veo tan duro, como que se aprovechan de

una cosa que la gente quiere y necesita, la cual es tener un referente en la localidad, en el espacio de proximidad y se aprovechan de eso para intereses propios (Mayugo, 2007)

Tecnologías y profesionalización

Tele K y EMARTV presentan un mayor institucionalización de los procesos de formación de la comunidad en conocimientos relativos a las tecnologías y el lenguaje audiovisual, así como una mayor sinergia entre teoría y práctica.

Uno de los objetivos estratégicos del proyecto de desarrollo local de Fedekas era “facilitar el acceso de los ciudadanos a la Sociedad de la Información y el aprovechamiento social de las nuevas tecnologías de la comunicación” (Tele K 3: s/f). Tanto el proyecto televisivo como la escuela de televisión se inscriben en este propósito. Para Pérez, la potenciación de ambas experiencias ha dado mayor sustentabilidad a su proyecto comunicacional:

Haber acertado con la idea de que la televisión de proximidad tiene que ser también una escuela, eso también yo creo que ha aportado, ha enriquecido el proyecto de una manera decisiva en la medida que se ha configurado como una escuela que emite, y una emisora que forma (Pérez, 2008a)

Aunque la Escuela de TV es inaugurada en 1997, en 1994 Tele K ya había comenzado a impartir actividades formativas. A partir de 1998 sus cursos comienzan adquirir carácter formal, cuando el Servicio Público de Empleo Estatal (INEM) autoriza a Fedekas para impartir las especialidades de formación ocupacional de Locutor de Radio-TV, Técnico en Audiovisuales y Técnico Auxiliar de Diseño Gráfico; en 1999 ocurrirá lo mismo con el curso de Técnico integral de video y en el 2000 con los cursos de Retoque digital y escaneado de imágenes, maquetación aplicada al diseño gráfico y Técnico Auxiliar de Diseño Gráfico. Asimismo, el año 2001 se presenta ante la Consejería de Economía y Empleo de la Comunidad de Madrid un proyecto de Escuela-Taller de Audiovisuales para jóvenes desempleados, la cual tuvo su primera edición en el 2002 y se sigue impartiendo con una periodicidad anual.

La Escuela está orientada a alumnos-trabajadores que cumplan con los requisitos de estar en el paro, tener menos de 25 años y no haber cursado con anterioridad estudios relacionados con la

televisión, quienes reciben una capacitación anual en diferentes especialidades relacionadas con la televisión, internet y el diseño gráfico. Tras la fase de formación, todos los participantes son contratados durante un año por Tele K, donde trabajan tanto para el canal como para la productora. El objetivo es conseguir una capacitación suficiente para lograr su plena inserción profesional. En 12 años, la escuela ha formado en torno a 1000 – 1200 personas, de las cuales un grupo importante sigue vinculado al trabajo de la emisora:

Entra mucha gente pero lo que hace que veas que hay algo diferente en esa tv es que cuando esa gente acaba sus dos años de formación ... vale, mucha se va porque tiene que trabajar, pero mucha se queda, aunque sea de una manera como yo por ejemplo, que voy cuando puedo, pero no te desvinculas. Es un proyecto que te engancha, que te enseña -además de toda la parte técnica, de ser un técnico audiovisual- te enseña otro modelo de comunicación (Picazo, 2008)

La Escuela comenzó impartiendo cursos bastante asequibles y al alcance de muchos jóvenes curiosos e interesados por conocer más a fondo el mundo de las comunicaciones. En la actualidad, el Centro alterna especialidades formativas privadas -monográfico de guión y producción- con otros cursos homologados y subvencionados por la Comunidad de Madrid, y dirigidos al colectivo de desempleados/das, e inscritos en las oficinas del INEM.

Durante todo el período formativo los alumnos alternan desde un principio teoría y práctica, disponiendo del equipamiento e infraestructura de Tele K para aprender sobre el terreno aquellos conocimientos profesionales que les permitirán competir en el ámbito laboral, al tiempo que entregan recursos humanos valiosos a la continuidad de Tele K. Cuando culminan los cursos, los alumnos pueden integrarse a los equipos de trabajo de los programas de producción propia del canal o pueden disponer de una franja horaria en la que Tele K les permite preparar semanalmente un "magazine" cultural de una media hora. La retroalimentación directa e inmediata entre aprendizaje y acción, también les permite desarrollar una mirada crítica y al mismo tiempo propositiva ante los contenidos y temáticas que predominan en las televisiones convencionales.

Otro espacio de profesionalización es CDA, la productora de Tele K y que cuenta con una amplia experiencia en el campo de la producción de video clips, reportajes y documentales. Ha realizado trabajos para músicos, sindicatos y programas sociales. Esta experiencia avala la

posterior inserción profesional de los jóvenes que pasan por la escuela de televisión. Otros se insertan profesionalmente incluso en canales que se salen del circuito comunitario y del tercer sector.

Somos quizá la principal cadena de formación de la televisión de toda Madrid, también para televisión comercial. Hay gente que está presentando los telediarios en la televisión de Madrid, en Antena 3, en Tele 5, incluso Ismael Serrano empezó su carrera en Tele K haciendo un programa de cantautores (Pérez, 2008a)

EMARTV también posee un sistema de cursos de formación profesional ocupacional en el ámbito de la comunicación periodística, para desempleados de larga y media duración. El funcionamiento del proyecto se nutre de sus mismos estudiantes. Según Chaparro (2007), el 90% de la gente que trabaja en la asociación proviene de estos cursos de formación.

Con respecto al modo en que la profesionalización permea la producción, Chaparro asegura que en el producto final se intenta encontrar un equilibrio entre el estándar profesional de calidad que otorgan sus cursos y unos contenidos de carácter popular.

Lo único que hacemos es entrenarlos para que el producto salga con dignidad porque queremos mantener un estándar de calidad elevado sin ser elitista [...] queremos ser totalmente profesionales [...] sin dejar de ser populares, sin dejar de servir a los criterios ciudadanos [...] evidentemente los tenemos que preparar, tienen que pasar por cursos y por la grabación del piloto cero (Chaparro, 2007)

De manera que en esta experiencia pareciera que lo popular sólo se acepta tras su previa adecuación a los estándares de la profesión periodística.

En el caso de La Tele, los talleres formativos abiertos a miembros de los diversos colectivos no se han mostrado una buena estrategia en el tiempo por no asegurar la continuidad ni el retorno en forma de producciones de los conocimientos entregados. Mejor ha funcionado la colectivización del conocimiento dentro del grupo promotor de La Tele.

En los primeros tiempos de La Tele, guiados por la idea de que todos los colectivos asociados

fueran capaces de realizar sus propias producciones audiovisuales, la ACS dio importancia a la formación en radio y producción de video y tele. Se realizaron varios talleres abiertos a miembros de los colectivos: guión, lenguaje audiovisual, grabación, edición, post-producción, construcción de microemisoras, entre otros. Sin embargo, la apuesta no dio los resultados esperados, pues de las personas participantes en estos talleres, muy pocas retribuyeron a la radio y a la tele sus conocimientos en la forma de algún producto emitible.

Durante el último tiempo, se ha llevado a cabo un trabajo de socialización en tecnología y lenguaje audiovisual, pero únicamente entre los miembros del grupo promotor de La Tele, que se ha caracterizado por una puesta en circulación de los distintos conocimientos que ellos y ellas manejan, los cuales han quedado plasmados ahora en protocolos de trabajo establecidos y reconocibles por todo el grupo; edición, cambios de formatos, programación del material emitible, desarrollo y uso del archivo audiovisual, uso de las herramientas de internet y streaming, entre otros. Estos protocolos también sirven para explicar el funcionamiento técnico del proyecto a los recién llegados.

Organización interna

En términos organizativos, tanto Tele K como La Tele están amparadas por una federación. En el caso de la primera, se trata de Fedekas, la federación de asociaciones de Vallecas; en el caso de La Tele, está apoyada por la Asamblea de la Comunicación social, compuesta por 150 colectivos de Barcelona y alrededores, unidos por el reclamo de una radio y una televisión para los movimientos sociales. EMARTV, por su parte, está constituida como una ONG.

Fedekas posee una junta directiva, donde se toman todas las decisiones de gestión de Tele K. Esta junta es la que elige al director. Junto a la figura del director, existen las de responsables de administración, producción y tecnología. Todos los años, la federación organiza una Asamblea General de Programas y ahí se recogen las propuestas tanto organizativas como cambios en la programación o programas (Pérez, 2008a).

Tele K posee otros dos grandes componentes: la productora audiovisual de la emisora (CDA) y la escuela de televisión. La productora y la escuela están articuladas entre sí. Contribuyen al desarrollo local al mismo tiempo que contribuyen a la autogestión de la experiencia. Además de

estas dos instituciones dentro de Tele K, en ella participan diferentes colectivos que ocupan de forma gratuita espacios en pantalla, ejerciendo la libertad de expresión y de creación a través de la televisión local.

En el caso de La Tele, la decisión de constituirse como federación tuvo que ver con el propósito último de establecer un modelo de gestión compartida de los medios de comunicación: se pensaba que esta forma garantizaría más que otras la participación de todos los colectivos y la sustentabilidad del proyecto: la asamblea sería la propietaria tanto de la radio como de la televisión y en ella radicarían todas las decisiones estratégicas. Aunque esta idea sonara ambiciosa e idílica, los miembros de la asamblea sabían que este propósito sólo podría concretarse en base a un aprendizaje in situ (Mayugo, 2004).

Pero detrás de él había una convicción política, coherente con su crítica a la escasa representatividad que encarna la democracia liberal aplicada a la gestión de unos medios de comunicación que se denominan públicos o privados y que terminan supeditados a los intereses políticos o económicos de turno. La aspiración era desarrollar en un proyecto comunicacional las formas de participación deliberativa que utilizan las organizaciones sociales.

Para facilitar una máxima participación tanto en la toma de decisiones como en el trabajo cotidiano de la ACS y de sus medios, se han combinado las herramientas presenciales y virtuales de funcionamiento; esto es, asambleas generales presenciales de carácter anual para decidir líneas generales de programación y de actividades de la ACS; comisiones de trabajo con reuniones semanales o quincenales y reuniones de coordinación mensuales entre ellas; herramientas de trabajo a través de internet (página wiki, listas de correo, foros de discusión), contando eventualmente con uno o dos aliberados que han asumido tareas de coordinación, difusión y tareas técnicas.

El trabajo cotidiano se organiza en forma de comisiones. Después de dejar aparcado el proyecto de radio, siguieron funcionando básicamente las comisiones de televisión y de difusión. La primera de ellas encargada de desarrollar las líneas generales marcadas por la asamblea, el mantenimiento de las herramientas de trabajo y participación de La Tele, se ha encargado de la producción de programas propios o colabora con equipos o asesoría en la producción de programas realizados por los diversos colectivos; desarrolla cursos de formación para los miembros de la asamblea y otros colectivos o grupos interesados; se encarga de la continuidad

de las emisiones y aspectos técnicos diversos, así como del mantenimiento del archivo audiovisual de la ACS. Por su parte, la comisión de difusión se encarga de difundir el proyecto y las emisiones, como de desarrollar acciones en el ámbito de la reivindicación del tercer sector. En su fase actual, el proyecto se ha concentrado en las tareas de la comisión de televisión.

En términos funcionamiento, en EMARTV el órgano de decisión básico también es asambleario. En esta Asamblea General están representados todos los ayuntamientos que son socios por medio de la persona que cada ayuntamiento delega. Esta asamblea es la que nombra al consejo de administración, que administra todos los recursos y toma las decisiones estratégicas. Este Consejo determina cual es el staff del cuerpo directivo del organigrama: dirección general, subdirección, gerencia. Se funciona mediante la elaboración de planes estratégicos anuales y trianuales que la dirección propone al consejo. Actualmente EMARTV cuenta con 35 trabajadores asalariados y no contempla la figura del voluntariado, sino la de “ciudadanos que van semanalmente a hacer su programa” (Chaparro, 2007). Onda Local de Andalucía (OLA), es la marca bajo la que emite y fabrica sus contenidos EMARTV. OLA funciona como una red de servicios de estructura horizontal, participativa y pensada desde la cultura del consenso, donde algunas decisiones de programación corren por cuenta del Consejo de Administración y otras de la asamblea general, de acuerdo a las capacidades de cada emisora (Chaparro, 2004).

Sobre los riesgos que plantea un funcionamiento asambleario basado en la representación municipal, Chaparro reconoce que la temática de la autonomía es un reto permanente, pero que al parecer se ha logrado conquistar en el tiempo:

La asamblea tiene que ser consiente de que está es una asociación plural, de que nunca se ha producido una imposición de cuota de partido político, en Andalucía la mayoría de los municipios están gobernados por el partido socialista, pero hemos impedido que siempre en la aplicación de esta mayoría, el resultado tuviera que ser favorecedor del partido socialista, la praxis que hemos impuesto, es que las cosas se tienen que aprobar por consenso siempre, no por cuota de votos [...] no se nos identifica con ninguna posición ideológica concreta, y se nos ataca por todas, lo cual es significativo (Chaparro, 2007)

Sustentabilidad institucional

Políticas de comunicación

A nivel general, hay distintos cuerpos legales donde puede observarse de manera formal un reconocimiento, tanto del derecho a la comunicación como de la ampliación y diversificación del sujeto emisor.

En primer lugar, el Estado español contempla constitucionalmente la libertad de expresión y el derecho de acceso.

La Constitución Española reconoce el derecho a la libertad de expresión en su artículo 20, el cual se refiere a la libertad de “expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción” (BOE, 1978: 5).

En el apartado 3 del mismo artículo, la Constitución reconoce el derecho de acceso de la sociedad civil (“grupos sociales significativos”) a los medios de comunicación públicos. Sin embargo, sólo a mediados del 2007 (después de 30 años), RTVE presentó el reglamento de derecho de acceso necesario para hacer efectiva la aplicación de este derecho, no sin cuestionamientos, pues uno de sus puntos se puede considerar una forma de censura previa, al señalar que "la Corporación RTVE conocerá con carácter previo a su difusión los contenidos propuestos por las asociaciones" (RTVE, 2007: 5).

Desde el punto de vista del sistema televisivo, durante los 80s dos leyes vinieron a terminar con el monopolio público - estatal: la Ley del Tercer Canal de 1983 (que autorizaba la existencia de televisiones autonómicas) y la ley que permitió la existencia de TVs privadas en 1988. Sin embargo, es preciso señalar que incluso desde antes de esta legislación ya existía gran cantidad de televisiones locales, muchas de ellas de carácter comunitario. Aunque fue recién en 1995 que se desarrolló un proyecto de ley referido a la TV local.

En 1995 (gobierno del PSOE) el parlamento español aprobó la Ley de la Televisión Local, que identificaba la televisión local con la cobertura municipal. La ley fue modificada en varias ocasiones por nuevas leyes durante el período del Partido Popular (en 1997, 2002 y 2003), que

terminaron concibiendo al soporte digital como la única opción de televisión local, pero el Plan técnico necesario para implementar la ley fue promulgado por el PP recién el día 12 de marzo de 2004, un día después del atentado de Atocha y un día antes de las elecciones presidenciales que dieron devolvieron al Partido Socialista al gobierno.

El programa que presentó el PSOE para las elecciones del 2004, contenía varias promesas electorales relacionadas con el ámbito de la comunicación. Entre ellas, la aprobación de una Ley General Audiovisual, aprobación de un plan de transición al soporte digital, la creación de un Consejo Audiovisual estatal, de un estatuto para los medios titularidad pública (RTVE y EFE) y de un Estatuto del Periodista.

Cada una de estas medidas ha tenido un avance y desarrollo dispar. Durante el primer gobierno de Rodríguez Zapatero se aprobó un nuevo estatuto para RTVE, pero sigue pendiente el de la agencia de noticias EFE, lo mismo que el estatuto del periodista. El estatuto de RTVE fue precedido del trabajo de un denominado comité de sabios, que elaboró un informe con líneas orientativas sobre lo que debieran ser los medios públicos, que no estuvo exento de polémicas. Se llegaron a conocer borradores del proyecto de ley general audiovisual, pero esta no fue aprobada antes del fin del gobierno. Lo que sí se desarrolló fue un plan de transición a la digitalización, con consecuencias más bien negativas para las experiencias de televisión del tercer sector.

Durante los 90s y primeros 2000, ante la falta de sanciones y la ausencia de un plan técnico que regulara la emisión, se produjo una ocupación descontrolada del espectro radioeléctrico que permitió una expansión de las experiencias de televisión local, pero que a su vez fue transformando su perfil asociativo original hacia otro modelo predominantemente comercial, incluyendo la creación o compra masiva de emisoras por grandes grupos de comunicación para su conexión en cadena. Por medio de la omisión legislativa, el Partido Popular había logrado revertir el espíritu original de la televisión local, que había quedado plasmado en la ley de 1995 y que nunca se hizo efectiva durante sus años en el gobierno.

De vuelta en el gobierno, el Partido Socialista rectificó parcialmente el plan aprobado por los populares, básicamente aumentando el número de frecuencias y eliminando las discriminaciones técnicas sufridas por algunas regiones (Real Decreto 2268/2004), pero no cambió sustancialmente su filosofía ni la discrecionalidad permitida en los concursos a las

comunidades autónomas (Bustamante, 2008b).

Establecido el plan, el reparto de las frecuencias digitales de ámbito regional y local ha sido competencia de las Comunidades Autónomas. Lo que ha ocurrido en la práctica es que estos concursos se resuelven a través de una “Mesa de Contratación” o “Comisión de Valoración” constituida según criterio del Gobierno de turno no dependiendo de organismos independientes (Consejos Audiovisuales), bien porque no existe dicha figura o porque sus informes no son vinculantes.

Así, mientras que a las televisiones generalistas se les ha concedido automáticamente la licencia para emitir a través de TDT, el espacio local se ha convertido en un espacio de disputa, donde la evidencia va mostrando que los principales beneficiados han sido grupos de comunicación y no necesariamente los proyectos centrados en el desarrollo local y la sociedad civil.

Producto de esta situación es que el G9, la Organización de Asociaciones de Televisiones Locales que agrupa cerca de 400 emisoras de televisión local de todo el país, solicitó que la futura Ley General Audiovisual reservara automáticamente nuevas frecuencias para las televisiones locales que existían desde 1995 o fecha anterior, igual que sucede en los casos de las televisiones nacionales y autonómica (El País: 2005b). Esta petición quedó de alguna manera recogida con la aprobación de la LISI, a fines de 2007.

Por su parte, la Ley 10/2005 denominada de Medidas Urgentes para el Impulso de la TDT, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo -cuyo objetivo era impulsar la televisión digital terrestre y ampliar la oferta de canales- ha contribuido a privatizar aún más el espectro.

A nivel de los canales estatales, esta ley ha eliminado el límite de tres canales de la Ley de Televisión Privada de 1988, lo que permitió en poco tiempo al Consejo de Ministros autorizar a Sogecable a emitir en abierto en la frecuencia de Canal Plus (Cuatro) en julio de 2005; en noviembre de ese mismo año, el Ministerio de Industria concedió un nuevo canal analógico en abierto, que podía alcanzar hasta el 70% de cobertura estatal (La Sexta), después de rechazar las solicitudes de los nuevos canales digitales atribuidos por el gobierno anterior, Veo TV y Net TV, para emitir en analógico (Bustamante, 2008b). Sin embargo, estas medidas no han estado exentas de críticas, dado que los grupos de comunicación tras los proyectos autorizados, son

reconocidamente afines al gobierno (González, 2005).

Por último, la Ley 10/2005 permitió la participación accionarial simultánea en concesiones estatales analógicas y digitales hasta el fin de las emisiones analógicas. Esto ha contribuido a aumentar la concentración de la propiedad, ya que ha permitido de hecho la compatibilidad entre paquetes significativos de acciones entre dos sociedades concesionarias, fueran analógicas o digitales.

A nivel de la televisión local, esta ley permitió que “excepcionalmente” las autonomías reservaran un segundo programa para gestión municipal directa, pero en la práctica, es una decisión que ha quedado sujeta a discreción de las autoridades.

A modo de síntesis de estos últimos cuatro años, podría decirse que a pesar de lo ambivalentes que han resultado muchas de las decisiones tomadas por el partido en el gobierno, no puede dejar de señalarse que -en comparación con la situación previa a 2004- este gobierno ha representado avances, que sin embargo siguen siendo insuficientes. En palabras de Bustamante (2008a: 9), se ha tratado de “un Gobierno reformista bienintencionado, pero temeroso de oponerse a los mayores lobbies de la comunicación”.

Institucionalidad para los medios del tercer sector

El derecho a la libertad de expresión reconocido constitucionalmente no ha sido desarrollado suficientemente -al menos en el ámbito audiovisual-, en lo que respecta a la generación de condiciones para el desarrollo de medios de comunicación que no fueran públicos (estatales, autonómicos, municipales) ni privados.

En el ámbito de la radio, por ejemplo, el Real Decreto 1433-1979 que autorizaba al Gobierno a otorgar concesiones de emisoras radiales educativas y culturales o la Ley 31/1987 que al incluir el concepto de “personas jurídicas”, abría posibilidades de obtener concesiones a los medios gestionados por asociaciones no lucrativas, no fueron consideradas en los planes técnicos ni en los concursos respectivos. De manera que a fines de los 90s, la realidad de las radios no lucrativas era bastante débil, pues con la falta de sustento legal habían quedado reducidas a una mínima expresión a través de todo el territorio. El diagnóstico de Chaparro (1999: 93) era que “los gobiernos autónomos las contemplan como un elemento exótico y su escaso número y poca

potencia de emisión se convierten en la justificación y coartada democrática para no ordenar su cierre y, claro está, para no regularlas”.

En el caso de la televisión, la ley 41/1995 reconocía al menos en su articulado a las televisiones del tercer sector al señalar que "las entidades sin ánimo de lucro que concurren para la gestión indirecta del servicio serán valoradas positivamente en la forma que establezcan las Comunidades Autónomas" (BOE, 1995: 4), pero en la práctica ningún proyecto de este tipo consiguió nunca una licencia.

De manera que no obstante han existido históricamente elementos de la legislación que abrían posibilidades al fortalecimiento institucional de un tercer sector, la poca voluntad política para ello ha sido el factor más importante -incluso por encima de las propias posibilidades dadas por la legislación- para impedir el reconocimiento de este tipo de experiencias.

La ley dice que se reconocen estos proyectos pero luego el gobierno autonómico de turno a lo mejor hace una triquiñuela y le da a una fundación vinculada con un banco o con una caja de ahorros [...] si hiciéramos una lectura constitucional de lo que es el marco legislativo en materia de telecomunicaciones y audiovisual hasta lo potencia de alguna manera, entonces ha sido la falta de voluntad de las administraciones y bueno la carencia democrática en general de las administraciones la que ha impedido que tengamos acceso al dial; es decir, ha sido una falta de voluntad política, no ha sido en sí solamente un problema legislativo (García, 2008)

De acuerdo al borrador de 2005 del anteproyecto de la Ley General Audiovisual promovido por el gobierno socialista (URCM, 2005), este recoge por primera vez la existencia de medios gestionados por la sociedad civil (“servicios de difusión comunitarios” y “servicios de difusión de proximidad”) en su capítulo 3 (art. 18 y 19), por lo que las CC.AA. podrían eventualmente destinar licencias a radios y TV gestionadas por entidades no lucrativas (tanto en analógico como en digital). Sin embargo, tal como ha sido planteado hasta ahora, la regulación corre el riesgo de seguir dejando este tipo de medios al margen del sistema comunicacional, puesto que la ley no establece un tercer sector de la comunicación en una situación de igualdad con los medios públicos-institucionales o privados-comerciales. El artículo 18 del capítulo 3 señala que la entrega de licencias para este tipo de medios se hará a partir de lo que quede del pastel repartido entre medios públicos y privados “utilizando las frecuencias que en razón de su

utilización por servicios próximos no estén disponibles para servicios de difusión de radio o televisión comercialmente viables”, por lo que los servicios de radio y TV no lucrativos quedan como *una opción marginal*, reservándoles un porcentaje muy reducido del espectro radioeléctrico, que dependerá además de cómo lo estime cada comunidad autónoma. Algo que confirma lo anterior fue la interpelación al gobierno que hizo la diputada Isaura Navarro de Izquierda Unida en el congreso. Al consultar cómo pensaba regular el tercer sector, aquel respondió confirmando lo que en la ley estaba implícito, a saber, que aunque la ley llegase a regular el sector, ello no implicaría reserva alguna del espectro sino que sería la capacidad del espectro radioeléctrico la que determinaría en su caso el límite máximo en función de las características radioeléctricas de estas emisoras, cuyo otorgamiento de licencias recaería en los gobiernos autonómicos (BOCG, 2005).

Un dato importante a agregar es que los planes técnicos de radio y de televisión digital han sido abiertos a concurso por las comunidades autónomas sin que se haya aprobado previamente la Ley General, por lo que si llega a aprobarse, lo habrá sido después que las CC.AA. hayan concedido gran parte de las licencias disponibles, quedando sin mucha aplicación práctica.

Las tres experiencias analizadas comparten una evaluación crítica de la actitud del poder político hacia las experiencias del tercer sector y que se expresa en la ausencia o precariedad de un marco legislativo que proteja y ampare este tipo de experiencias, que coexiste con una actitud más bien permisiva con otros tipos de medios, particularmente los privados y comerciales. En este sentido, acusan al Estado, independiente del gobierno de turno, de haber desarrollado (ya fuese por acción o por omisión) políticas de comunicación que han contribuido a debilitar los proyectos de comunicación asociativo – comunitario con todo lo que ello implica en términos de restricciones al derecho de comunicación, mientras que han hecho más fuerte y más poderoso al sector privado. Todo ello pone en cuestión la calidad democrática tanto de la sociedad española como de su clase política.

Ha sido la negación permanente, el no querer asumir que estos medios juegan un papel imprescindible en la sociedad [...] se empieza a ver a la comunicación como un elemento más del mercado, como una mercancía más y yo creo que es un error y eso ha desprotegido todo el consenso de servicio público y eso ha hecho que el poder que han alcanzado los medios comerciales privados, sea tan grande que hayan impuesto el criterio de que la mejor ley es la que no existe [...] para ellos la mejor ley, es la que no se

aplica, en este caso, esta ausencia de políticas públicas ha perjudicado muchísimo el hecho de que España sea el único país de la Unión Europea, que no tiene regulado plenamente el derecho de comunicación, descalifica a un país que se llama democrático, porque no hay nada más elemental que el derecho de comunicación, el derecho de la comunicación, es realmente lo que construye al ciudadano y el tejido social, y es el fundamento de la democracia [...] Nosotros somos subdesarrollados en el plano de la comunicación (Chaparro, 2007)

Bueno la experiencia que ha habido es desde la persecución a ignorarte, es decir que aquí la historia de la televisión en los últimos 25 años en España es la misma que se ha llevado en todo el mundo, de ser un monopolio del estado se ha transformado en un oligopolio privado concentrado en muy pocas manos y con una visión de la televisión estrictamente mercantil, o instrumentalización política por parte de los diferentes gobiernos (Pérez, 2008a)

Pero de igual modo, la situación de cada experiencia tiene matices que particularizan su situación.

A nivel autonómico, la ACS intentó participar de la discusión del proyecto de ley catalana del audiovisual, esperando que ésta reconociese la existencia de un tercer sector de la comunicación, de propiedad y gestión directa de la sociedad civil. Sin embargo, la experiencia fue desilusionante en varios sentidos. La ACS realizó todo un trabajo de seguimiento de la aprobación de la ley. Para enero del 2005, presentó un texto muy completo sobre la postura de la asamblea no sólo ante la ley audiovisual que estaba por aprobarse en Cataluña, sino también ante la ley estatal (2005c). De manera específica, la ACS presentó unas enmiendas al proyecto de la ley general del audiovisual de Cataluña y también se reunió con gente de todos los partidos políticos presentes en la comisión de discusión de la ley (Ponencia del Audiovisual). Pero sus enmiendas no fueron consideradas. Más aún, tampoco se hizo llegar a todos los miembros de la comisión sus propuestas ni se les avisó posteriormente de la aprobación de la ley, en diciembre de 2005.

Este accionar de la clase política catalana llevó a la ACS a criticar la falta de sensibilidad y voluntad de todo el espectro partidista, al no incluir en la ley un tercer sector que permitiera salir de la marginalidad a estas experiencias (ACS, 2005d), la falta de información pública y la

ausencia de participación ciudadana en este tipo de procesos, así como la mayor valorización de los comentarios y enmiendas provenientes de asociaciones y radios privadas antes que de aquellas provenientes de organizaciones representativas de la sociedad civil, por parte de todos los partidos políticos con representación parlamentaria. Según señala un texto que resume la participación en el proceso de discusión de la ley,

Los cargos públicos llegaron incluso a justificar su falta de compromiso político respecto a las iniciativas ciudadanas de base (es decir, iniciativas que no responden a ninguna lógica partidista ni corporativista) con argumentos del tipo: “para incidir políticamente tendríais que presentar vuestras enmiendas como lobby potente, como hacen las emisoras comerciales” o “es difícil nadar contra la corriente neoliberal que nos viene de Europa” (ACS, 2006)

A continuación, se presenta una tabla de síntesis de las propuestas de la ACS y cómo fueron abordadas por la ley audiovisual de Cataluña, actualmente en vigencia (ACS 3: s/f):

Propuestas de la ACS	Ley aprobada
Mantener la definición de servicio público para todas las actividades de radiodifusión.	Son de servicio público sólo las radios y televisiones gestionadas por la administración (CCRTV, radios y televisiones municipales)
Introducir mecanismos de información y participación en la elaboración de los planes técnico que planifican el uso del espacio radioeléctrico.	Los planes técnicos los elabora el gobierno, con un informe previo del CAC, sin ningún proceso de participación social.
Incluir el derecho de acceso a la emisión como parte del derecho de acceso a la comunicación.	Sólo se contempla el derecho de acceso a la información.
Dividir el espacio radioeléctrico en tercios para cada ámbito de cobertura (catalán, local): un tercio para los medios públicos, un tercio para los medios privados y un tercio para los medios comunitarios.	No se establece ningún criterio de reparto de espacio entre los diferentes actores que reconoce la ley. Se contemplan los medios sin ánimo de lucro pero no se les garantiza ningún espacio mínimo.
Añadir como objetivo de la regulación del sistema audiovisual el impulso a iniciativas de comunicación social	Se incluye un apartado de medidas de fomento (art. 71).

sin ánimo de lucro que refuerzen el tejido asociativo y el desarrollo comunitario.	
Garantizar la sostenibilidad económica del tercer sector a través de la creación de un Fondo de Garantía Financiera, financiado por una tasa del 2% sobre los ingresos comerciales de las radios y televisiones.	El texto señala que las ayudas públicas al tercer sector “podrán ser financiadas por medio de tasas sobre el beneficio de la explotación comercial del espectro radioeléctrico”, pero no otorga obligatoriedad a estas tasas.
Priorizar los medios que sean de gestión compartida por varios colectivos o entidades.	La ley incluye una definición de las actividades sin ánimo de lucro (art. 70.3) e incluye como parte de estas los servicios prestados por medio de universidades y con finalidades educativas y formativas (art. 70.3. y 71)
Permitir la publicidad de entidades sin afán de lucro y de empresas del tercer sector económico	Se permite el patrocinio y la publicidad de actividades de la economía social y del tercer sector (art. 70.6)
Concesión de frecuencias a través del CAC (que es quien dará todas las concesiones).	Las licencias de uso de las frecuencias para actividades sin afán de lucro las concederá el CAC pero dentro del proceso de adjudicación de licencias a operadores privados comerciales.
Impedir que el tercer sector se utilice para iniciativas proselitistas, racistas, sexistas, fascistas, o en general que sean contrarias a los derechos humanos.	No se establece una definición clara de lo que puede incluirse dentro del sector ni límites a lo que se puede hacer.
Introducir como requisitos de las concesiones a empresas privadas las obligaciones derivadas de códigos deontológicos y normativas que regulan el ejercicio del periodismo.	No se incluyen.

Desde La Tele, se evalúa la inclusión de los artículos 70 y 71 como un logro de mínimos, que ayuda de algún modo a dar oxígeno a las experiencias existentes en el ámbito catalán, pero que sigue sin resolver las cuestiones de fondo:

El logro de la Ley Catalana del Audiovisual es muy importante porque no sólo lo estamos utilizando nosotros, si no también televisiones locales que en este momento -si no se hubieran aprobado el artículo 70 y el 71, que costaron mucho y se hicieron por extorsión bajo mano, porque los pusimos contra la pared y dijimos “esto es la ley de mínimos o si no salimos a la calle”-, estos

artículos ahora los aprovechan las televisiones locales históricas y gente que tenía que haber dejado de emitir ya, y que no lo hacen, porque se amparan en ese artículo. Son aportaciones importantes del movimiento que se ha generado. Con esto de la ACS llegamos con un discurso con el que los políticos creían que tenían el camino ganado para venderlo todo, para repartirlo todo, que hubieran dado a 3 universidades de sus amigos y a 3 fundaciones (Mayugo, 2007)

Con todo, aunque la nueva ley audiovisual autonómica reconoce a entidades sin fines de lucro como potenciales prestadoras de servicios audiovisuales, condiciona esta reserva a los planes técnicos (que producto de su aprobación previa a la ley general audiovisual, tampoco reconocen a los medios sin fines de lucro) pero sobre todo a las condiciones con que las autoridades conciben los concursos (el factor “voluntad política”), por lo que el modelo audiovisual catalán se sigue estructurando en dos únicos sectores: el público (institucional) y el privado. Para estos efectos, La Tele se considera un canal privado y la única posibilidad que se le ofrece es la de solicitar una licencia como tal y someterse a unos criterios de concesión que enfatizan la necesidad de asegurar la solvencia económica de la propuesta. Esto supone que proyectos como el de la ACS o iniciativas históricas que mantenían el espíritu comunitario de las primeras televisiones locales (como TV Cardedeu) no tienen posibilidades reales de obtener frecuencias a través de concursos. Por tanto, la ley no implica ningún cambio sustancial respecto de la situación previa, al no ir acompañada de los cambios estructurales respectivos y no garantiza la presencia de medios comunitarios en el espacio audiovisual (García, 2006).

En noviembre 2005 se abrió el concurso para la concesión de las licencias de TDT local en Cataluña. En junio del 2006 se hicieron públicos los resultados, indicando que de las 122 propuestas presentadas se acogieron 59, siendo que de las 38 existentes, se renovaron 33 mientras que el resto fueron propuestas nuevas. Si bien el concurso fue convocado por el gobierno (porque aún no era efectiva la nueva ley), la evaluación técnica de las propuestas fue realizada por la autoridad reguladora autonómica: el Consejo Audiovisual de Cataluña. De ahora en adelante, las convocatorias también surgirán del CAC.

El resultado del concurso contó con el voto particular del consejero del CAC Joan Manuel Tresseras (actual Consejero de cultura y medios de comunicación de la Generalitat), quien sostuvo que en la evaluación se habían sobrevalorado las propuestas de operadores vinculados a grandes grupos de comunicación, sobre todo en las demarcaciones metropolitanas, lo cual

quedaba confirmado por el hecho de que en la demarcación de Barcelona los grandes grupos españoles se quedaban con tres de los cuatro canales disponibles, a saber: Urbe TV (Vocento), 25TV (vinculada a Luís del Olmo) y Collserola Audiovisual (Prisa), además del grupo Canal Català. Tresseras también argumentó que las propuestas de grupos nuevos o de vocación estrictamente local también habían sido perjudicadas, debido al importante número de licencias otorgadas tanto a proyectos privados vinculados a grupos de comunicación que funcionan como cadenas. No obstante, el consejero señaló que esto también se debía a la debilidad de estas propuestas ante el desafío de difundir la cultura catalana en un entorno cada vez más diverso y multicultural (CAC, 2006: 28 – 32).

La Dirección General de Medios Audiovisuales (DGMA) ya ha anunciado que cuando se haya hecho efectiva la concesión de las nuevas licencias, se cerrarán todos los canales locales que no tengan autorización, ya sean privados comerciales (de concursos, eróticos, astrológicos), religiosos o comunitarios. En julio de 2007, La Tele recibió una primera carta de la DGMA donde se anunciaba la apertura de un proceso sancionador, luego de lo cual la DGMA se desdijo en cierta manera durante una reunión privada, al reconocer que aunque La Tele no tuviese frecuencia, sí poseía el derecho a emitir (artículo 70 y 71 de la Ley de la de Comunicación Audiovisual de Cataluña) y prometiendo una salida satisfactoria a su situación. En vez de eso, a mediados de mayo de 2008 La Tele recibió nuevamente una carta de la DGMA donde se anunciaba el precintado efectivo por parte de los mossos de esquadra (policía catalana) de las dependencias donde se encuentra la antena de transmisión, amenaza que no se ha hecho efectiva, tras un anuncio de oposición al cierre por parte de la ACS y la presentación de un recurso de alzada ante la Consejería de Cultura y Medios de Comunicación de la Generalitat.

En el caso de Tele K, la batalla por el reconocimiento no se dió tanto a nivel autonómico como a nivel del reconocimiento en las leyes estatales, convirtiéndose (junto a otras 11) en uno de los proyectos beneficiados luego de la aprobación de la LISI.

El de 20 de diciembre de 2007, la enmienda que presentó IU-ICV a la LISI pidiendo el reconocimiento de este tipo de televisión fue aprobada por el pleno del Congreso. Ésta era la última oportunidad para emisoras como Tele K o TV Cardedeu, televisiones que se declaran “comunitarias”, gestionadas por entidades sin ánimo de lucro y con un marcado carácter social. Con la publicación de la LISI, las televisiones comunitarias ‘históricas’, aquellas anteriores a 1995, no tuvieron que cesar sus emisiones el 1 de enero de 2008, fecha prevista por el Gobierno

para el “apagón analógico”. Sin embargo, para hacer efectivas las concesiones en soporte digital, estas experiencias deberán esperar a que se liberen licencias para este tipo de experiencias y se abran los concursos respectivos (cuestión que la misma ley no considera una prioridad).

Esta ley, aprobada en diciembre de 2007, establece por primera vez en España una norma de rango estatal que reconoce específicamente a un tipo de medio comunitario: aquellos son desarrollados por colectivos ciudadanos sin ánimo de lucro y con un marcado carácter social.

Para el director de Tele K, lo de la LISI es un logro importante, pero visto en el contexto, no es más que un mínimo gesto de justicia, dado el tamaño al que ha quedado reducido el número de televisiones de carácter comunitario distribuidas por el estado español después de tantos años de menosprecio:

Nuestra dimensión tampoco es ofensiva, no somos un peligro [...] entonces yo creo que fundamentalmente es eso, los que hemos logrado sobrevivir no somos tantos, pues había que dar algún tipo de solución a esto y yo creo que también jurídica y legalmente, no se pueden cerrar medios con una trayectoria tan dilatada y con un respaldo social en su ámbito de cobertura tan importante (Pérez, 2008a)

Además, la LISI no resuelve la situación de experiencias posteriores a 1995 (como es el caso de *La Tele*) ni las que podrían venir en el futuro:

Decir que sólo las del 95 [anteriores a 1995] van a ser viables quiere decir que cualquiera que hayamos montado en nuestra generación no tiene cabida porque yo en el 95 tenía 14 años, entonces me parece absurdo porque somos una generación muy potente y que se nos quite la opción de hacer tv de proximidad -naciste tarde-, pues no (Picazo, 2008)

Por último, la LISI es muy limitada en las posibilidades que otorga a las experiencias para su sustentabilidad económica, pues no les permite hacer publicidad (sólo patrocinios), y algo todavía más importante es que la LISI no se refiere en ningún momento al tema de la cobertura, dejando completamente a discreción de las autoridades la concepción de la proximidad y, con ello, la real viabilidad de los proyectos, sobre todo pensando desde el punto de vista del trabajo

en red de este tipo de experiencias, como estrategia para el fortalecimiento mutuo. Lo curioso es que en el caso de los medios privados este tipo de estrategias está plenamente permitida.

Ni la LISI ni la Ley General Audiovisual hablan de la cobertura, eso el problema que genera es que el reconocimiento no te dice en qué condiciones,[...] una de las cuestiones que la ley no recoge expresamente -e indirectamente está impidiendo- es que exista un servicio de difusión comunitaria a nivel estatal o a nivel autonómico. ¿Por qué no puede haber un canal autonómico alternativo para toda Cataluña o para todo el territorio del país vasco? O sea que a lo máximo a lo que podríamos acceder es a una televisión para toda Barcelona. Oye, pues qué interesante. ¿Pero si luego queremos más? ¿Y si queremos un canal de tdt a nivel estatal y que luego las diversas tvs o radios nos enganchemos a él? [...] esa ley no lo reconoce e incluso vendría a limitar la posibilidad de que existiera un canal y sin embargo en la radio digital, a las radios comerciales sí que se les permite esa posibilidad, entonces ya la ley parte mal, porque parte de cierta marginalidad o sea no nos garantiza nada, es mejor que lo que hay pero no nos garantiza nada, entonces en ese aspecto el margen de discrecionalidad que tiene la administración pues sigue siendo muy grande [...] en el fondo no tenemos nada y cuando tengamos la ley seguiremos sin tener nada porque luego cuando se publica algo en el BOE hasta que tiene reflejo en la realidad pues pasa mucho (García, 2008)

En el caso de EMARTV su situación cotidiana es mucho menos apremiante, ya que al funcionar en el ámbito municipal, el reconocimiento legal ya existe. En este caso, sus demandas van más bien en el sentido de que se les pueda permitir la emisión de publicidad, tanto por los ingresos que ello les podría reportar, como por la pertinencia que puede tener la televisión local como ventana para información relativa a las políticas públicas, sobre todo en el nivel autonómico:

Estamos tratando de hacer ver que estos medios pueden tener la autoridad para determinados anunciantes y fundamentalmente por la producción autonómica, que tiene una gran cantidad de mensajes de interés que trasladar a la ciudadanía (Chaparro, 2007)

Pero lo anterior no exime una actitud de reconocimiento y valoración de las experiencias que actualmente se desarrollan en el ámbito asociativo:

Estos medios invisibilizados, son los que están jugando el papel que realmente tienen que jugar y en muchos casos muchas de las emisoras de carácter asociativo que al margen de la ley están funcionando en España, son las que están trabajando con estos colectivos, son las que están generando la sociedad del futuro (Chaparro, 2007)

Así, aunque EMARTV utiliza mayoritariamente como soporte los medios públicos tradicionales, su modelo de trabajo son las experiencias del tercer sector.

En síntesis, puede decirse que la institucionalidad española (tanto a nivel estatal como autonómico) respecto de los medios y proyectos del tercer sector de la comunicación presenta las siguientes características:

- La legislación estatal no recoge dicha figura ni plantea la necesidad de reservar frecuencias para destinarlas a emisoras sin ánimo de lucro.
- Las competencias compartidas entre Estado y Comunidades Autónomas facilitan la disolución de responsabilidades respecto del reconocimiento efectivo (concursos y concesiones ad hoc) de estos medios.
- Los concursos para otorgar licencias de radio y televisión establecen trámites y criterios que imposibilitan que entidades sin ánimo de lucro puedan siquiera presentarse a los concursos: necesidad de aportar una importante cantidad de dinero, contar con un complejo proyecto económico y técnico.
- Hay desconocimiento y falta de voluntad política para abordar esta situación.

Digitalización

A finales de los años 90, el gobierno del Partido Popular decidió que era el momento de implantar la TDT. El Real Decreto 2169/1998, va a aprobar el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre, que establecía las pautas principales para el cambio de la tecnología analógica a la digital, basado en la legislación británica y en el standard técnico europeo Digital Video Broadcasting, DVB (Prado et al, 2000).

Este primer intento de digitalización llevado a cabo por el PP puso al sector privado a la cabeza del proceso, particularmente grupos afines al gobierno: Onda Digital (Quiero TV) y Net TV

(Vocento); sin embargo, este proceso fracasó por distintas razones. Entre ellas, la imposición de un modelo de televisión digital de pago que no ofrecía contenidos realmente nuevos y/o interesantes para las audiencias. Para García Leiva, la razón de este fracaso fue la producción de un círculo vicioso según el cual:

La Administración sentó unas precarias bases legales para el establecimiento del servicio, benefició a los poderes comunicativos existentes, que no tenían nada claro el negocio pero debían estar presentes en cada nueva ventana que se abriera para el audiovisual y se dedicó a verificar cómo no aparecía una demanda importante, al no estar dispuestos los usuarios a comprar/alquilar un descodificador todavía caro para abonarse a un servicio que en el fondo no ofrecía nada innovador (García Leiva, 2006b: 14)

En marzo de 2004 ganan las elecciones los socialistas y en febrero de 2005 el Tribunal Supremo de Justicia anula el modelo de televisión digital terrestre diseñado en 1998 por el anterior Ministerio de Fomento, dictando una sentencia según la cual este último carecía de las competencias necesarias para regular los aspectos jurídicos relacionados con la nueva modalidad audiovisual.

Un día después de conocer esta medida judicial, el gobierno de Rodríguez Zapatero hacía un nuevo intento de (re)lanzamiento de la TDT, al aprobar su consejo de Ministros el anteproyecto de ley de medidas urgentes de liberalización del sector audiovisual con el objetivo de impulsar la televisión digital terrestre y ampliar la oferta de canales. Esta ley es la que será aprobada y publicada oficialmente en junio de ese año como la LEY 10/2005.

Pero nuevamente la legislación no estuvo exenta de preferencias partidistas, pues el gobierno autorizó a Sogecable y al Grupo Árbol-Globomedia y Mediapro a emitir en analógico y en abierto (los nuevos canales Cuatro y La Sexta), y a rechazar esa misma posibilidad para Veo TV y Net TV.

Asimismo, el Plan técnico nacional de televisión digital hecho público por el Partido Popular un día antes de las elecciones presidenciales de 2004, sufrió una modificación por medio de reales decretos, uno a fines de 2004 y otra a mediados de 2005. Estas modificaciones estuvieron orientadas a ampliar un poco más la oferta de canales disponibles, pero no hubo cambios de fondo respecto del modelo impuesto por los populares.

Durante el período establecido entre los dos procesos de implantación de la TV digital -y al amparo de la desregulación de facto de la comunicación local, debido a la ausencia del plan técnico que hiciera efectiva la ley de 1995- los grandes grupos de comunicación tuvieron tiempo suficiente para adquirir y/o asociarse con emisoras locales, lo que junto a sus capacidades económicas les ha permitido presentarse a los concursos de TDT local en condiciones aventajadas, extendiendo al mundo digital la emisión en cadena que ya practicaban en el soporte analógico y que resulta contradictoria con el propio sentido de la comunicación local.

Así, a pesar del énfasis del discurso de la digitalización en el aumento de la oferta de canales y, por extensión, en el aumento del pluralismo, el proceso ha sido dejado ex profeso a disposición de las fuerzas del mercado. Nuevamente, el problema no radica solamente en los límites establecidos por las leyes estatales, sino también en la voluntad política autonómica, pues en este nivel administrativo es que se producen los concursos de adjudicación de licencias de la TDT local. Fernández et al (2006), por ejemplo, resalta el hecho de que si bien la Ley 10/2005 permitía a las comunidades autónomas adjudicar, según lo considerasen oportuno, uno (obligatorio) o dos programas de cada múltiplex de TDT local a los operadores gestionados por el sector público -con las posibilidades que podría haber tenido ello para el desarrollo de medios públicos de gestión social-, la mayoría (entre ellas Aragón, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid y Murcia) ha optado por un reparto 1:3 (sector público: sector privado).

Según un estudio del Parlamento Europeo (2007), la tecnología digital constituye tanto una oportunidad como un desafío para el sector de los medios comunitarios (concebidos en este estudio como un subgrupo del tercer sector). Es una oportunidad en la medida que ofrece a este sector nuevas oportunidades de conectar con su audiencia. Pero es un desafío porque el sector carece de capacidades, recursos y sustento legal para funcionar desde este soporte.

Pero si vemos la digitalización desde el punto de vista de las políticas implementadas por los gobiernos europeos, tanto los medios comunitarios como el tercer sector no han sido considerados (salvo algunas excepciones nacionales) como actores relevantes de la discusión e implementación de este recurso tecnológico. Por el contrario, el espectro liberado por la televisión hertziana analógica se ha empezado a utilizar básicamente para la oferta de servicios adicionales o para las comunicaciones móviles (redes 3G), en desmedro a la creación de

contenidos digitales audiovisuales novedosos y originales (García Leiva, 2006a).

España no ha escapado a esta tendencia general de la Unión Europea de desaprovechar las oportunidades brindadas por las nuevas tecnologías para implementar políticas que colaboren a una institucionalidad de los medios del tercer sector en radio y televisión. Esta situación es percibida con impotencia desde las propias experiencias analizadas, sobre todo porque la evidencia a nivel autonómico está mostrando que a pesar del aumento de la oferta potencial de canales, estos siguen repartiéndose entre los mismos sectores que en el soporte analógico:

Lo de la digitalización es de risa total. Si las frecuencias que habían se están multiplicando por cuatro, ¿cómo podemos dejar como sociedad que esas cuatro de más sigan siendo propiedad de los mismos que consiguieron concesiones y frecuencias, públicos o privados? Por pesados nos van a dar algo si lo conseguimos (Mayugo, 2007)

El concurso de la tdt local de Madrid donde de manera ilegal el gobierno regional adjudicó licencias a empresas que en su mayor parte se habían constituido incluso después de la fecha de convocatoria del concurso (Pérez, 2008a)

Un factor importante de acceso a la digitalización lo constituyen los costos económicos de transmisión y que se constituyen como barrera de entrada para los proyectos amateur. Este razonamiento económico ha llevado a la concepción de la comarca (y ya no el municipio) como la unidad mínima que permite la viabilidad de los proyectos. Pero este cambio de foco (y sobre todo, las razones estrictamente comerciales del mismo) han sido profundamente criticados por todo lo que implican ya sea en términos de pugna de intereses u orientaciones políticas entre municipios cercanos físicamente pero no ideológicamente, ya sea por las diferencias históricas y de participación ciudadana entre un municipio y otro, así como la deslocalización impuesta que conlleva.

Lo que antes eran tv de proximidad, hoy se convierten en tv comarcales o macro comarcales, muchas veces en pueblos que no se identifican dentro de una misma comarca, sino que han sido unidos e introducidos dentro de una misma demarcación por intereses geográficos, no se sabe por qué caprichos geográficos de la digitalización y que han sido planificadas desde Madrid, en un ministerio sin atender a la realidad física del terreno, a la realidad cultural

de la identidad de ese territorio, eso es terrible [...] digamos que es un intento por acabar con lo que había y ver como nace esto de nuevo, pero sólo haciendo política de telecomunicaciones, no de comunicación (Chaparro, 2007)

Es cierto que deja de ser la tv del alcalde. Cuando era de la población, el consistorio la controlaba directamente. Ahora como la comparten entre diferentes poblaciones ningún alcalde se la puede hacer suya, ya lo veremos, es una deslocalización de la tv local y con la mentira de la proximidad. Es un tema que da para mucho (Mayugo, 2007)

De esta manera, todo el impulso democratizador de la comunicación con el cual surgieron las experiencias de comunicación local, está llegando a un momento crítico con la digitalización y potencialmente significa la desaparición de este espacio de comunicación como representativo de la sociedad civil.

Sin embargo, desde las experiencias analizadas se reconoce la importancia y relevancia del aporte que pueden brindar los medios comunitarios al sistema de medios en el soporte digital. Francisco Pérez, de Tele K, habla de la necesidad de explorar y desarrollar las especificidades que podría tener un “modelo de TV local de proximidad comunitaria para la era digital”, sin perder de vista tampoco la convergencia entre distintos soportes:

Eso significa ahondar en las diferencias respecto a otros modelos de televisión, reforzar nuestra idea de proximidad, de utilidad, es decir, nosotros no sólo queremos entretener, queremos dar un servicio de utilidad para los ciudadanos [...] en definitiva, lo que pretenderíamos es construir con los usuarios de Tele K también a través de internet, una especie de red ciudadana (Pérez, 2008a)

Sustentabilidad financiera

Financiamiento

Los inicios de Tele K estuvieron marcados por el aporte de dinero proveniente de la propia comunidad (vecinos, asociaciones, comerciantes) a través de bonos de ayuda. Con este dinero

se compró el primer emisor (de un radio de apenas 2 km.), mientras que el resto de los equipos eran prestados. Todo el trabajo era voluntario. La constitución de la productora y también de la escuela han permitido darle sustentabilidad económica al proyecto. Actualmente, Tele K también recibe recursos provenientes de publicidad local, pero debido a su reconocimiento por la LISI, va a tener que buscar una nueva forma de financiamiento en este nivel, ahora como patrocinio.

Nosotros tenemos publicidad, publicidad local básicamente y ahora tendremos que reformar el patrocinio, y luego están las subvenciones por la formación a desempleados y también para producir, es decir, conseguimos financiación para producir determinados videos, documental (Pérez, 2008a)

En el caso de La Tele de la ACS, la sustentabilidad económica está construida sobre el trabajo voluntario y subvenciones ocasionales que se han utilizado para financiar temporalmente tareas de gestión. Además, en los primeros tiempos de la ACS, para ser parte de la asamblea había que pagar una cuota anual (300 euros los colectivos más grandes y menor cantidad los medianos y pequeños). Sin embargo, esto último no se ha seguido exigiendo de un tiempo a esta parte hasta no tener clara la continuidad de la relación entre la ACS y La Tele.

Por último, EMARTV no tiene un presupuesto consolidado propio, pero anualmente logra conseguir recursos en torno a los 800 mil euros. Una base que significa menos del 10% anual proviene de las cuotas que aportan los municipios miembros. Un 25% de los ingresos son obtenidos por medio de publicidad y el resto de los recursos se obtienen de la elaboración de proyectos para convocatorias públicas, convenios, etc., por lo que el estilo de financiamiento es concebido como un gesto de independencia, pero también como un desafío permanente.

Corremos el riesgo, pero también tenemos la garantía de que somos libres a la hora de que no tenemos un padrino que nos dé la plata [...] es un desafío anual empezar en enero con presupuesto cero y acabar el año con una media en torno a los 800,000 euros, que es lo que venimos trabajando en proyectos anualmente [...] la publicidad que nunca ha sido un capítulo interesante dentro de la difusión del programa, pues últimamente se está consiguiendo incrementar, y actualmente representa el 25% de los ingresos, el resto es todo por aportación de proyectos que se han conseguido financiar (Chaparro, 2007)

Hay una hipocresía cínica en los himnos al capitalismo que dominan actualmente en las cadenas informativas. Podemos ver que nuestro sistema está endeudado, como una tambaleante pila de tarjetas de crédito; que pese al boom financiero, nuestras ciudades están llenas de miseria y desempleo. nuestras aguas y tierras están contaminadas, nuestras fábricas oxidadas, nuestra infraestructura podrida. Los escándalos de ahorro y préstamo mostraron la corrupción de nuestro sistema financiero. Las maquinaciones de los belicistas del Golfo y de Serbia no pueden sostener por más tiempo el patético estado de nuestra economía y nuestro respectivo aparato represivo estatal. Hay hambre por medios de comunicación auténticos.

Dee Dee Halleck, medioactivista y fundadora de Paper Tiger TV y Deep Dish TV.

Capítulo 5: Estados Unidos

Visibilización del caso

Experiencias del caso

El caso estadounidense está conformado por tres experiencias que guardan relación entre sí: Paper Tiger (PTTV), Deep dish (DDTV) y Free Speech (FSTV). Asimismo, los canales de acceso público (*Public Access Channel*) constituyen la base institucional que les ha permitido proyectarse y desarrollarse en el tiempo.

Paper Tiger TV es un colectivo videísta de carácter abierto, voluntario y sin fines de lucro, localizado en Nueva York. Se dedica a producir series de televisión para los canales de acceso público, a hacer educación de medios, a realizar talleres de producción de videos, a hacer fórums televisivos en espacios comunitarios y apoyar a los movimientos de base de la ciudad. PTTV es reconocido a nivel nacional e internacional por su contribución al video arte, la teoría y la tradición documental, desde la óptica de un modelo de producción de televisión de bajo costo. Es el principal heredero del movimiento videoactivista que se desarrolló con fuerza en los Estados Unidos durante los 60s y 70s y que se convertiría en el más importante grupo de presión para alcanzar el establecimiento de los canales de acceso público en 1972, unidad básica a partir de la cual se ha podido desarrollar un tercer sector de la comunicación en el país.

PTTV comenzó su trabajo televisivo en 1981 con la creación de un show semanal para el canal de acceso público de Manhattan (Manhattan Neighborhood Network, MNN), que analizaba el impacto de los medios en la sociedad. Esta serie denominada *Communications Update* era dirigida por Herbert Schiller, investigador estadounidense del ámbito de la economía política de la comunicación que desde sus primeras obras hasta su muerte en el 2000 destacó como miembro de la corriente crítica de la comunicación social.

El programa consistía en una mesa con Schiller haciendo la lectura crítica de alguna publicación, tarea que él hacía habitualmente con sus estudiantes como un ejercicio de calentamiento para sus clases de teoría de la comunicación. La serie también incluía información básica sobre la estructura económica de la empresa que producía la publicación, los miembros del directorio o los antecedentes de editores y reporteros. Muchos programas también

apuntaban a datos demográficos: quiénes eran los lectores, qué productos consumían. La intención de la serie era proporcionar una visión acumulativa de la industria cultural como un todo.

Schiller comenzó con una explicación sobre cómo el *Times* servía a los mecanismos de poder de la clase dominante y siguió con otros cinco programas para cubrir la página *Washington talk*, la búsqueda anual de sus “hundred neediest cases” [un acto de beneficencia], el conflicto de intereses en la forma en que el *Times* cubría los temas de comunicación y cómo la sección de libros de los domingos servía como una defensa de las ideas occidentales [original en inglés] (Halleck, 2002: 115)

La justificación para emitir un programa de una temática macrosocial en un medio local guardaba relación con el tipo de público objetivo de la localidad: “Cada vez es más la población de Manhattan que trabaja directa o indirectamente en la industria de la información. Paper Tiger le da a ellos un poco de perspectiva histórica y económica con la cual ver su propia participación en el aparato cultural” [original en inglés] (Halleck, 2002: 116).

Actualmente, Paper Tiger se encuentra trabajando en 2 proyectos principales. En primer lugar, se ha abocado a coordinar el *New York City Grassroots Media* (NYCGM)¹³, una alianza en ascenso entre medioactivistas, artistas, organizaciones de medios independientes y organizaciones de base comunitaria que trabajan hacia la consecución de unos medios más democráticos en la ciudad de Nueva York.

Paper Tiger siempre ha trabajado no solamente información popular desde el punto de vista de producción, sino también desde el punto de vista de política. Siempre. Ahora hemos estado los últimos tres años trabajando en una conferencia local de medios populares. Tratando también un poco de construir un movimiento local que trate -con estas tendencias de monopolización de información- de contrarrestarlas a nivel local. Obviamente, con repercusión nacional, porque hay mucha gente que está haciendo esto a nivel nacional (Andrade, 2005).

El primer encuentro fue celebrado en agosto 2004 y se han seguido realizando anualmente. El

¹³ [Http://nycgrassrootsmedia.org/](http://nycgrassrootsmedia.org/)

diagnóstico que ha dado origen a esta iniciativa ha sido el aislamiento constatado entre las distintas iniciativas de medios de base, producto de la competencia por unos recursos escasos. Su misión es examinar críticamente el rol de los medios comunitarios, unificar a quienes se dedican a hacer medios para servir mejor a las comunidades de Nueva York y asegurar que los resultados de los medios independientes sean más inclusivos de las diversas comunidades de la ciudad. El NYCGM opera como un colectivo de voluntarios cuyas decisiones se toman por consenso. Actualmente, registra 1,2 millones de voluntarios y 250.000 grupos que trabajan regularmente en medios comunitarios de base.

El segundo proyecto es *The Paper Tiger History Project*, cuya meta es documentar la historia del colectivo, lo cual incluye registrar las producciones pasadas, entrevistas a los miembros, documentar su influencia sobre los medios alternativos, explorar sus cambios a través de los años y celebrar cómo continúa siendo una gran influencia en el movimiento de los medios de base.

Deep Dish TV, por su parte, es un colectivo de productores de video y activistas comunitarios interesados en utilizar la tecnología del satélite para hacer más eficiente y masiva la distribución de programas producidos a nivel local o de carácter independiente. De manera más coloquial, uno de los actuales miembros del directorio ha definido al colectivo como “un grupo muy alegre, que critica a su gobierno y trata de cambiar el mundo a través del video” (Jourdan, 2005). Deep Dish surge como un proyecto de Paper Tiger: “no era una organización independiente... era un proyecto de Paper Tiger. Y luego ya se independiza y ahora lo que trata de hacer es algo similar, pero trabajando con Freespeech” (Andrade, 2005).

A mediados de los 80, Paper Tiger comenzó a organizar una red satelital en un esfuerzo por construir una infraestructura y una audiencia nacional para la programación televisiva generada a partir de los canales de acceso público y los productores audiovisuales independientes. Los miembros del colectivo consideraron que la distribución satelital podía ser más efectiva que el envío postal de las cintas de video a centros aislados de televisión de acceso. Testeando la factibilidad de tal proyecto, el colectivo -en conjunto con la Boston Film and Video Foundation- produjo una serie piloto de 10 capítulos entre 1985 y 1986, arrendando espacio en un canal satelital y transmitiendo así lo que se convirtió en la primera programación de Deep Dish:

La idea de crear Deepdish era porque surge la televisión por satélite y la idea era crear programación alternativa para este nuevo medio, que nadie estaba desarrollando [...] Paper Tiger dice: *si estamos produciendo todas estas cosas, por qué no tenemos una distribución de nivel nacional uniforme*. Está el satélite ahí: muy bien, compremos tiempo de satélite y lo que hacemos es mandar programación de Paper Tiger y de otras productoras similares de nivel nacional (Andrade, 2005)

Cada programa de esta primera serie fue producido a partir de videos generados por productores de televisión comunitarios de todo el país. Los temas fueron la televisión de acceso; preocupaciones actuales de la clase trabajadora americana; la relación de los niños con los medios; el acceso a la vivienda; el racismo; militarismo y desarme; los procesos sociales en Centroamérica; la crisis del campo; las mujeres trabajadoras; el sistema de medios en Estados Unidos (DDTV 1: s/f). La serie fue ofrecida a las estaciones de acceso público y a cualquier persona que tuviese una antena de recepción, libre de cargo. Cerca de 250 estaciones a lo largo del país programaron la serie (Stein, 2001).

Con el tiempo, el sistema de trabajo de Deep Dish TV se ha estandarizado: consiste en coleccionar material de una amplia variedad de productores que se empaqueta en series por temporada. Luego ese material se distribuye, a través del satélite o es enviado por correo postal a los canales de acceso público que no tienen acceso a satélite. El tiempo de satélite es rentado y los grupos locales son informados para “descargar” esos programas de manera de poder emitirlo en los canales de acceso público.

Aunque constituye algo así como “una solución reconstructiva a la deconstrucción que hace Paper Tiger del lenguaje audiovisual” (Halleck, 2002: 164), ambas experiencias animan el uso de una combinación de recursos tecnológicos y artísticos con el activismo. La conexión entre ellas es tan concreta que sus oficinas se encuentran en la misma planta de un edificio del Lower East Side, en Manhattan.

Entre 1986 y 1991, DDTV siguió produciendo sus series de enfoque crítico en torno a diversas temáticas bajo el formato que había logrado establecer -esto es, convocando a productores comunitarios y luego también a miembros activos de diversos movimientos sociales-. Se abordaron temas tales como la crisis medioambiental, el SIDA en Estados Unidos; la situación en Asia a fines de los 80s y principios de los 90s, el discurso televisivo anticomunista en

Estados Unidos, la defensa de la TV de acceso público ante los intereses comerciales, entre otros. Pero de todas estas series, fue aquella producida en el contexto de la Guerra del Golfo - *The Gulf Crisis TV Project*- la que significó un salto cualitativo al sintetizar varios logros. A nivel de movimientos sociales, significó una superación de la desconfianza hacia los medios de comunicación como canal de transmisión para su mensaje por parte de los movimientos antibélicos. En términos de proyecto televisivo, el hecho de ser transmitida por la televisión pública de Nueva York (PBS - WNET) - que la repitió tres veces al día antes que la guerra comenzara- y que luego *Channel Four* comprara la primera temporada de capítulos por 30 mil dólares -que sirvieron para hacer una segunda temporada- indican el nivel de impacto social que tuvo el proyecto. Todo lo anterior, sin dejar de considerar una serie de tensiones no resueltas que el proyecto también acarreó, a saber: saturación de información que no pudo ser procesada, tensiones entre los productores, la gente no sabía a priori si se le iba a poder pagar, etc. El hecho de que ninguno de los productores jóvenes haya seguido colaborando con Paper Tiger o con Deep Dish también se sintió en su momento como un indicio de que algo no había funcionado bien.

Finalmente, cabe destacar que durante los años 2004 y 2005 y a raíz de la nueva guerra emprendida por Estados Unidos en medio oriente, Deep Dish -en conexión con Paper Tiger, con productores independientes de oriente y occidente e incluso con algunos centros Indymedia árabes- llevó a cabo un nuevo gran proyecto antibelicista, similar al emprendido en 1991. El proyecto se llamó *Shocking and awful* y consistió en una serie de 13 programas de media hora acerca de la guerra y la ocupación que hace Estados Unidos en Irak desde marzo del 2004¹⁴. Deep Dish ha sido el nodo al cual han confluído y en el cual han sido editados los segmentos producidos por más de 100 productores audiovisuales que han dado cuerpo a cada capítulo, mientras Freespeech TV ha sido la encargada de distribuir los capítulos editados a los canales de acceso público afiliados a su red satelital a través de Estados Unidos.

Actualmente, Deep Dish continúa por la senda de la producción audiovisual independiente, ya sea como nodo de confluencia o como generador de producciones propias. El impacto y reconocimiento logrado por *Shocking & Awful* se ha convertido en un impulso para seguir desarrollando una programación que de cuenta de las contradicciones de la sociedad norteamericana.

¹⁴ <http://www.deepdishtv.org/Series/Default.aspx?id=25>

Estamos discutiendo esto en este momento, pero pienso que vamos a continuar creando programas como *Shocking & Awful* y pienso que en este momento la situación en nuestro país es muy crítica, políticamente y económicamente. Y por eso, es una gran responsabilidad que jóvenes y otras personas que tengan la posibilidad de crear este tipo de programas, continúen haciéndolos. Y también crear una red más amplia para distribuir nuestros productos (Jourdan, 2005)

Free Speech TV es la tercera experiencia que conforma el caso. Se autodefine como el primer canal dedicado exclusivamente a contenidos progresistas en Estados Unidos y se transmite a través del sistema satelital. Aunque tiene sus raíces en el quehacer de las estaciones públicas y los canales de cable de los 90s, ya a principios de esa década hubo activistas del acceso público que consideraban que los canales de acceso en cuanto soporte eran limitados para maximizar el alcance de programación televisiva con perspectiva crítica. Uno de ellos fue Douglas Kellner, académico de la UCLA y miembro de la Austin Community Television desde fines de los 70s hasta 1990. Su razonamiento era que una combinación de las tecnologías de cable y satélite podría hacer posible la creación de un sistema de comunicación verdaderamente democrático y eficiente en la articulación del trabajo de varios grupos progresistas estadounidenses que querían transmitir su visión política y sus informaciones:

Hay un número de pasos, entonces, para transformar nuestro sistema televisivo: 1) expandir y democratizar el actual sistema público televisivo; 2) expandir y fortalecer el sistema de acceso público; 3) usar la televisión de cable y satelital para producir nuevos canales de tv pública abiertos a grupos actualmente excluidos de la comunicación nacional; 4) desarrollar un completo sistema de transmisión por cable y satélite que permita ser transmitido a cada grupo, voz alternativa u opinión política. [...] Los pasos 1 y 2 podrían ser emprendidos inmediatamente, mientras que los pasos 3 y 4 son viables tanto tecnológicamente como financieramente [original en inglés] (Kellner, 1992: 109)

Entre 1995 y el 2000 FSTV proporcionaba programación semanal vía video cassetes a 50 canales de cable de acceso público. Pero el año 2000 marca un hito clave pues consigue lanzar el primer canal de alcance nacional con contenidos comunitarios y progresistas de Estados Unidos cuando le fue cedido un canal de tiempo completo en Dish Network como resultado de

una política de la FCC -el organismo regulador estadounidense- que estableció que entre el 4 y 7% de los canales satélites serían para canales de interés público.

FSTV sigue la dinámica de Deep Dish en el sentido de aglutinar la creación audiovisual independiente y/o comunitaria, pero en un sentido exponencial: ya no se trata de generar una serie por temporada, sino de aglutinar producciones seriadas y no seriadas provenientes de los canales de acceso público y de productoras independientes de todo el país, la que junto con emitirse a través del satélite en una programación continuada, queda a disposición de los canales de cable de acceso, las estaciones de televisión pública y estaciones universitarias que se encuentren afiliadas y que actualmente son 170 distribuidas en 39 estados.

Las ideas fuerza que guían a FSTV son: la promoción de la asociatividad y la creatividad, la comunicación independiente y la construcción de movimiento social. Dee dee Halleck también es miembro de esta experiencia. Actualmente, forma parte del directorio de Freespeech junto a otros reconocidos referentes de la contracultura estadounidense tales como Tariq Alí, Jeff Cohen, Bárbara Ehrenreich, Jim Hightower, Robert McChesney y George Stoney.

La programación de FSTV incluye producciones de los canales de acceso (PEGs), producciones originales, el programa de radio y televisión *Democracy Now!* y el noticiero diario *INN World Report*, un noticiero internacional con un foco sobre historias sub-representadas o no contadas en los noticieros de las estaciones de televisión tradicionales, entre otros.

Finalmente, FSTV tiene un proyecto hermano: Freespeech Video Library, el archivo internet más grande en contenidos de audio y video progresista. En esta página web se puede acceder mediante streaming a la programación actual como a programación ya emitida por el canal¹⁵.

En síntesis, las tres experiencias presentan particularidades. Sin embargo, están conectadas entre sí, ya que una ha dado paso a la otra y se han retroalimentando entre sí. Asimismo, han ocupado un rol importante en la creación de otros proyectos de comunicación alternativa, como es el caso de *Indymedia*. En octubre de 1999, activistas de Freespeech, Paper Tiger y Deep Dish TV (.y también de Protest.net) empezaron a trabajar a tiempo completo con 30.000 dólares recibidos en forma de donaciones y ordenadores prestados, teléfonos móviles y equipos de

¹⁵ <http://www.freespeech.org/videodb/>

vídeo, para crear un espacio mediático de cara a las acciones que se realizarían el mes siguiente en Seattle, en el contexto de la Conferencia Ministerial de la Organización Mundial de Comercio. Los activistas formaron un “colectivo de informáticos” para empezar a diseñar un sitio web que incluyera informes en formato de texto, audio y video, que fuesen cargados directamente desde el centro de medios. Tras una reunión con Arnison Media -empresa especialista en el diseño de sitios web-, el colectivo decidió incorporar al proyecto la tecnología de “publicación abierta” de Arnison, con el fin de permitir a activistas de cualquier parte del mundo insertar sus propios informes y realizar comentarios en tiempo real (Juris, 2004).

Mucha de la gente que había participado en el *Gulf Crisis TV Project* también trabajó en Seattle y más adelante, levantando los centros Indymedia y el correspondiente sitio web. Es por eso que si bien cuando se habla del surgimiento de Indymedia se habla poco de su vínculo de origen con el videoactivismo estadounidense, a la luz de algunas de las dificultades evidenciadas por el trabajo en colectivo de proyectos como *Gulf War TV Project* (por un lado) y la estrategia de “publicación abierta” que se ha convertido en una marca identitaria de Indymedia (por otro) se nota tanto la continuidad como la discontinuidad entre el videoactivismo y el ciberactivismo. Pero del cualquier modo, es importante destacar el surgimiento de Indymedia como parte de la trayectoria del caso norteamericano pues refleja el alcance que ha tenido su reapropiación de las tecnologías para fines progresistas.

La figura de los canales de cable de acceso público constituye la base legal – institucional que posibilita el desarrollo de un circuito de televisión alternativa en Estados Unidos. A principios de los 70s, el sistema televisivo estadounidense consistía de tres redes de canales privados y un pequeño sistema de televisión pública. En este contexto, la denominada televisión de acceso va a arribar en gran medida a través de la confluencia temporal de intereses entre cableoperadores, reguladores federales y activistas por el acceso. La presencia de estos últimos en el debate tenía sus raíces en el activismo social de los 60, que abogaba por la democracia participativa como un medio para el cambio social y cultural y que veía el espacio abierto por la televisión de cable -y particularmente la televisión de acceso público- como el único espacio posible para producir una televisión distinta en el país (Kellner, 1992).

En síntesis, hasta antes del surgimiento de FSTV, los canales de acceso público constituyeron el principal espacio de distribución de los contenidos producidos por PTTV y por DDTV, así como el principal espacio de reclutamiento de los productores audiovisuales independientes cuyo

trabajo fragmentado es el que DDTV ha convertido posteriormente en producciones integradas y seriadas que luego son redistribuidas a los canales de acceso. Sin embargo, dada la lógica de funcionamiento de los canales de acceso público, los contenidos producidos por PTTV y DDTV coexistían en la programación con otros que no necesariamente apuntaban a los mismos propósitos transformativos.

Con el surgimiento de FSTV, los canales de cable de acceso público siguen siendo un espacio de distribución importante para PTTV y DDTV, pero ahora los proyectos de televisión alternativa poseen un canal propio de transmisión, donde además procuran integrar contenidos críticos generados por otros proyectos de comunicación alternativa tanto nacionales como extranjeros. Sin embargo, el principal soporte ya no es el cable (que tiene un alcance mayor al 60% de la población del país) sino el satélite y también internet.

Conceptualización

El mediactivismo o videoactivismo es el concepto que se encuentra a la base de las tres experiencias estadounidenses. Se trata de una idea que remite a la integración de experimentación artística en los soportes masivos con la movilización política.

El mediactivismo de las experiencias analizadas tiene sus antecedentes en un movimiento contracultural surgido en los 60s con el nombre de *Guerrilla TV*. Este movimiento surgió en los Estados Unidos a finales de los 60s facilitado por la introducción al mercado del Portapak SONY, un video portátil, que inspiró a una masa heterogénea de sujetos sin ninguna formación en el ámbito audiovisual -pero atraídos hacia un sector sin historia, jerarquías ni estructura-, a convertirse en emisores de imágenes

Hippies americanos, artistas de vanguardia, intelectuales-estudiantes, almas perdidas, feministas en germen, negros militantes, niños de las flores y periodistas fatigados tomaron las calles como las carreteras, Portapak en mano, para supervisar el nuevo territorio de la televisión alternativa [original en inglés] (Boyle, 1995: 151)

El término *Guerrilla Television* proviene del libro - manifiesto de 1971 del mismo título, escrito por Michael Shamberg, uno de sus promotores. El manifiesto subrayaba un radicalismo

tecnológico, que reclamaba que la televisión comercial -con sus audiencias de masas-, era un agente acondicionador más que una fuente de iluminación espiritual, ante lo cual la *Guerrilla* ofrecía los medios para “descentralizar” la televisión y hacerla más participativa (Boyle, 1995)

Al principio, la única manera de ver la guerrilla television era en “video – teatros”, lofts, galerías o en un monitor en la parte trasera de una furgoneta donde los videos eran mostrados en circuitos cerrados de television para una multitud in situ de amigos, miembros de la comunidad o video entusiastas (Boyle, 1995).

Con el advenimiento de los canales de acceso público a principios de los 70s se produjo así una alianza estratégica entre los grupos de videoactivistas y las emisoras, que se convirtió en un experimento radical de comunicación democrática. La *Guerrilla* vió en estos canales una posibilidad para alcanzar audiencias más amplias y crear una alternativa a las redes de televisión abierta mientras que los defensores del acceso público vieron en esta alianza la posibilidad de romper el cerco que los intereses comerciales tenían sobre el medio televisivo, a través de una programación no lucrativa, política y cultural de base, directo al living de la casa (Stein, 2001).

El mediactivismo estadounidense y su uso de los canales de acceso público como espacio original y principal de transmisión está fuertemente afincado en una institución nacional: la Primera Enmienda de la constitución norteamericana, relativa a la libertad de expresión.

De allí que los canales de acceso integren al mismo tiempo un uso complejo de las tecnologías de la comunicación de masas propias del mediactivismo -producción coordinada entre canales físicamente distantes, uso del satélite- y la referencia a formas tradicionales de comunicación oral, lo que ha convertido a este soporte en el más abierto, más descentralizado, más diverso y más accesible a los ciudadanos comunes y corrientes.

La relevancia de la primera enmienda en el desarrollo del acceso público es tal que los directorios que operan como administradores no pueden ejercer un control sobre los contenidos que decidan emitir los miembros de la comunidad, salvo que rocen la obscenidad o los llamados “discursos de odio”. Esto también permite que la programación no obedezca en su totalidad a los intereses o preocupaciones de los administradores:

La motivación de nosotros que trabajamos aquí es una cosa, pero las ideas que nos dan aporte legal son de la Constitución y el Bill of Rights que hablan de free speech aquí en Estados Unidos. Es un valor muy básico. Pero este valor significa -y fue parte de la idea original- que damos una plataforma a cualquier persona que quiera decir algo. Pero nosotros mismos no podemos dirigir esas voces. Es total y completamente libre de cualquier censura (Lucas, 2005)

Al mismo tiempo, las experiencias del caso son instituciones claves del circuito de comunicación alternativa existente en los Estados Unidos, al punto de ser considerados actores protagónicos de una esfera pública distinta, opuesta y al mismo tiempo coexistente con la esfera pública conformada por los grandes medios de masas, gracias a su uso crítico del soporte televisivo (Engelman, 1996: 265). Por esta razón, como parte de la conceptualización del caso ha de tenerse en cuenta la relevancia que ocupa aquí el trabajo coordinado y en red con otras experiencias.

Antecedentes

El continuum de la contracultura

Uno de los referentes socioculturales más importantes del caso norteamericano es el movimiento contracultural desplegado en los años 60s, con hitos tales como el movimiento por la libre expresión en Berkeley, el movimiento anti reclutamiento y el movimiento anti bélico. En el movimiento contracultural que cristalizó durante esa década emergieron como parte integrante de la sociedad norteamericana feministas, afro – americanos, nativos americanos, puertorriqueños, trabajadores, intelectuales marxistas, pacifistas y oponentes de la intervención norteamericana en el resto del mundo. Esta es la base ideológica de la defensa de los canales de acceso público como soporte clave para desplegar un proyecto alternativo de país.

Sin embargo, esta imagen en sí misma es incompleta si no se pone en perspectiva histórica. Para Downing (1984), es necesario en primer lugar entender que el movimiento contracultural de los 60s es consecuencia de un movimiento que arranca al final de la segunda guerra mundial, luego del auge y caída del macarthismo y de la lucha por los derechos civiles de los afroamericanos en los 50s y principios de los 60s; en segundo lugar, entender que todo este proceso forma parte de una historia de más largo plazo, puesto que es en el período “entre 1890 y 1920 que debe

buscarse el origen del hostigamiento estatal de las expresiones radicales” (Downing, 1984: 39), en un conflicto social que se que se extiende hasta los 70s e incluso hasta el presente:

Los fermentos de los 60s tuvieron firmes raíces en lo que había estado antes. A pesar de su aparente precipitación, no surgieron del vacío. Tampoco se extinguieron pacíficamente el 31 de diciembre de 1969. Los grandes medios dieron la impresión, por ejemplo, de que la última revuelta seria fue en Washington D.C. luego de la muerte de Martin Luther King, cuando en la actualidad los disturbios y revueltas han continuado bien entrados los 70s en ciudades pequeñas normalmente no cubiertas por las networks o diarios de prestigio [original en inglés] (Downing, 1984: 43 – 44)

El marxismo y el situacionismo europeo

En términos de teoría social y teoría del arte, se puede señalar como referentes del videoactivismo a teóricos críticos de la cultura de masas vinculados al pensamiento marxista. Gever (1983, citado en Engelman: 1996: 261), por ejemplo, notó tempranamente “la afinidad de las estrategias de producción de Paper Tiger -las falsas escenografías, la yuxtaposición de texto e imagen, formas irónicas de dramatización- con el concepto de Brecht de teatro didáctico”.

Boyle (1995), por su parte, reconoce una cierta continuidad del videoactivismo con ciertas tesis de Walter Benjamin y Hans Magnus Enzensberger, así como con el situacionismo y su crítica estética política de la sociedad del espectáculo. Y por último, también nota la influencia de teóricos de la comunicación contemporáneos del período como Marshall Mac Luhan, confiados en el aporte de las tecnologías al cambio social, así como a la de los movimientos pro – autonomía que surgieron durante los 60s y los 70s en Europa. De cualquier modo, vale la pena destacar como hilo conductor de toda esta influencia a personas o movimientos que procuraron aplicar en suelo norteamericano aquello que intelectuales -principalmente europeos- habían pregonado sólo como ideas.

La Guerrilla TV: errores y aprendizajes

La historia de la *Guerrilla TV* presenta algunas sombras relacionadas con los desaciertos, errores y fracasos del movimiento medioactivista vinculado a la experiencias del caso, pues

permite entender el desarrollo de las experiencias del caso como intentos de superación de esos errores en pos de un fortalecimiento de un circuito alternativo de televisión asentado en las bases sociales más que en el interés artístico de una vanguardia estética. Entre esos errores, hay dos que parecen haber sido fuente de aprendizajes estratégicos.

En primer lugar, el objetivo de introducir la dinámica alternativa en la televisión convencional para la transformación de esta última, con el tiempo demostró ser un completo fracaso y un retroceso del medioactivismo. La trayectoria del grupo TVTV parece demostrarlo. Su primer trabajo *-Four more Years-* sobre la convención republicana de 1972, se convirtió de un clásico tanto por sus innovaciones estéticas como por su crítica política, a lo cual siguieron otras producciones tales como *Lord of the Universe*, donde abordaban los fanatismos religiosos u otras donde atacaron íconos claves de la cultura norteamericana como los Oscars y la Super Bowl.

TVTV comenzó produciendo para el cable, pero en la medida que sus productos iban adentrándose cada vez más en los medios convencionales -primero la televisión pública y luego en las networks privadas- su trabajo iba siendo presa de mayores restricciones hasta convertirse en un remedo de su radicalidad original. Programas tales como *Esto es Increíble!*, *Saturday Night Live* o *Cops* fueron el único producto que quedó del aporte de la *Guerrilla TV* a la televisión convencional.

Se puede percibir una transformación perversa de la *Guerrilla TV* en programas que ahora se muestran en la franja horaria estelar, como «America's funniest home videos» y «Cops», ejemplos de lo que ahora llamamos familiarmente reality shows o «reality tv». Esta preocupante tendencia, que comenzó en los setenta con programas como «Real People» y «That's Incredible!» se ha apropiado de gran parte del estilo original de la *Guerrilla* (Boyle, 2000: s/p)

El segundo error tiene que ver con la visión vanguardista de los primeros medioactivistas, que se pensaban a sí mismos como mentes esclarecidas que con su trabajo podrían lograr “despertar” a la gente, en vez de pensar en cómo la gente común y corriente -por medio de su apropiación del lenguaje audiovisual- podían volverse agentes críticos en sus espacios de desenvolvimiento. Pero esta actitud -junto con hacerles ver a las masas sólo como consumidoras y no como emisoras de medios-, les hizo también prestar poca atención al desarrollo de la

televisión de acceso como un proyecto con una dinámica propia y con estrategias de largo plazo (Halleck, 2002).

Ambos errores son interesantes en términos de la sustentabilidad de un espacio de comunicación específico: evidencian la importancia de un circuito de producción audiovisual/televisiva independiente de los grandes canales de televisión para el desarrollo de un lenguaje y unos contenidos más experimentales tanto en términos estéticos como temáticos, enfatizando al mismo tiempo la importancia de que este tipo de experiencias no sean dirigidas sólo por artistas vanguardistas sino que por sujetos provenientes de diversas realidades sociales y estéticas, de manera de construir entre todos una mirada más compleja de la realidad que se exprese posteriormente en su producción audiovisual.

En el ámbito del lenguaje y los contenidos, otro desafío abierto por los primeros videoactivistas radicó en sus dificultades para adaptar los formatos de entretenimiento para sus causas políticas (Boyle, 1995), lo cual abre una serie de preguntas que aún permanecen sin respuestas concluyentes ni en el caso estadounidense ni tampoco en los otros dos casos del estudio, a saber: ¿la televisión alternativa no puede desarrollar programas de entretenimiento o es que por ser alternativa no puede hacer entretenimiento bajo los mismos cánones de la cultura de masas? Y si es así, ¿entonces cuál es su estilo propio?

El legado de George Stoney y Deedee Halleck

George Stoney y Deedee Halleck constituyen dos personajes claves del caso norteamericano.

El periodista y documentalista George Stoney cofundó el Alternative Media Center (AMC) de la New York University en 1971 con Red Burns. El propósito de la AMC era asegurar que las nuevas tecnologías de la comunicación sirvieran al interés público, por lo que sirvió como el centro organizacional para la instigación política y la popularización del acceso televisivo en los Estados Unidos (Stein, 2001).

Pero la AMC no sólo fue central en la producción audiovisual, sino también en el desarrollo de políticas. La AMC fundó la Federación Nacional de los Programadores de Cable Local, al tiempo que tanto Stoney como Burns trabajaron con el comisionado Nichols Johnson para crear la Acta de Telecomunicaciones de 1972, que es la que aborda el tema de los canales de acceso

(Roberts, 1995).

Stoney representó una gran fuerza en el momento inicial de regulación de la TV de acceso público dentro de los acuerdos con las operadoras de cable, para que el acta de 1972 lograra incluir la perspectiva cívica y comunitaria:

Se focalizó en los contratos que las corporaciones de cable establecían con las ciudades. Organizó a la gente para que insistiera en que esos contratos incluyeran provisiones y espacio para equipamiento comunitario y canales de “acceso” sin fines de lucro, educativos y gubernamentales [...] Aunque quienes luchaban por promover el acceso no estaban operando bajo ningún mandato teórico específico, instintivamente veían las contradicciones presentes en el desarrollo de las herramientas electrónicas [original en inglés] (Halleck, 2002: 147)

La medioactivista y académica Dee dee Halleck, por su parte, junto con ser fundadora de Paper Tiger, Deep Dish y miembro del directorio de Freespeech, es una videoactivista que ha experimentado en primera persona la trayectoria contracultural norteamericana posterior a la segunda guerra mundial, al tiempo que ha participado de la academia y del trabajo legislativo en relación a los temas de comunicación alternativas.

Hay dos momentos de la política comunicacional norteamericana en los que ella jugó un rol clave. Durante los años 1977 y 1978 trabajo como parte de la comisión convocada por las autoridades para definir la National Task Force for Public Broadcasting de la PBS, mientras que en la segunda mitad de los 80s fue parte de la comisión encargada de dar vida a la ITVS - Independent Television Service-, una rama de la Corporation Public Broadcasting orientada al desarrollo y promoción de la producción audiovisual independiente.

Contexto

El sistema televisivo estadounidense

El sistema televisivo es la columna vertebral de la cultura de masas estadounidense, en una historia que se remonta incluso hasta los años veinte. En esa época, en que la televisión todavía no estaba dominada por grandes conglomerados corporativos, hubo inventores y aficionados

que desarrollaron el medio construyendo sets y transmitiéndose señales unos a otros, testeando el medio mientras imaginaban usos para la emergente tecnología de la comunicación. Ese origen a menudo olvidado en la historia de la televisión estadounidense sirve como un recordatorio de que lo que ha sido concebido como un paradigma de modelo comercial no ha sido un proceso espontáneo y autopoietico, sino que el resultado de políticas regulatorias y prácticas económicas específicas (Ouellette, 1995).

Según Bertrand, algunos de los rasgos más característicos del sistema televisivo norteamericano son:

- Su independencia estatal – gubernamental, ya que “en ningún momento ha estado limitada a un monopolio del Estado. Incluso el sector de la radiodifusión llamada “público” escapa al control del gobierno central” (Bertrand, 1992: 18)
- Su orientación comercial, ya que no tiene ideales ni le interesa la educación; más bien “tiene por objetivo obtener el máximo de beneficios posibles. Su producto predilecto es el entretenimiento para las masas, que procede de la misma fuente inagotable que el cine americano” (Bertrand, 1992: 18).
- Su carácter local, generado por una serie de razones tanto técnicas como históricas, legales y políticas.

El cable y lo local

Asimismo, la televisión por cable ha constituido un importante apoyo para el desarrollo del sistema televisivo estadounidense, en el cual pueden distinguirse al menos tres momentos:

- a) A partir de los 50s, llevar imágenes a los lugares inalcanzables para las ondas hertzianas producto de los accidentes geográficos;
- b) Ofrecer buenas imágenes (en las grandes ciudades, lejos del emisor, particularmente después de la generalización del color);
- c) Finalmente, y sobre todo, proveer de una amplia oferta de canales a las comunidades

(Bertrand, 1992).

Actualmente, el sistema de cable cubre entre el 60 y el 70% de la población, lo cual es un dato que define la particularidad del caso estadounidense (una televisión alternativa que utiliza el cable como soporte principal), pues en el resto de los casos analizados el cable no tiene este nivel de masividad.

El sistema público de televisión

La CPB (Corporation for the Public Broadcasting) y la PBS (Public Broadcasting Television) constituyen la institucionalidad de la televisión pública estadounidense, cuya unidad básica es la estación local de televisión.

En 1965 (décadas después de la implantación del sistema privado y comercial) el presidente Lyndon Johnson convocó la Comisión Carnegie de televisión educativa a la cual se le entregó la tarea de buscar una fórmula de televisión pública de carácter nacional. El resultado fue el acta de 1967 (Public Broadcasting Act) que estableció la CPB, una entidad privada orientada a facilitar y supervisar el desarrollo de una televisión no – comercial: la PBS. Para esta época la televisión ya se había convertido en el medio electrónico dominante. Por mandato, la CPB proveería subsidios directos a más de 600 estaciones de radio y televisión pública en Estados Unidos. De esta manera los contribuyentes aportaban cerca del 20% de la financiación de la televisión pública. El resto del presupuesto para la televisión pública provendría de los gobiernos estatales y locales y de donaciones de los televidentes, de empresas y de fundaciones privadas (Aufderheide, 2004).

Tanto la CPB como la PBS fueron establecidas a partir del acta de telecomunicaciones de 1967, si bien las únicas definiciones de “pública” fueron no- comercial y educativa. La CPB está compuesta de un directorio nombrado por el presidente de la nación. Garantiza subvenciones a estaciones independientes, compañías productoras y a la PBS, que opera como red vinculante entre estaciones públicas locales y que se define a sí misma como una corporación mediática sin fines de lucro que pertenece a las 355 estaciones de TV pública de la nación y administrada por estas. Este total de estaciones son operadas por 168 concesionarios de licencias educacionales y no – comerciales, de las cuales 86 son de organizaciones comunitarias, 56 de Colleges o universidades, 20 pertenecen a autoridades estatales y 6 a autoridades locales o municipales

(PBS, 2007)

La PBS no produce programas, sino que los obtiene y redistribuye en primer lugar desde las estaciones públicas que conforman la red, así como de proveedores externos, incluyendo proveedores extranjeros, como la BBC. Las estaciones pagan a PBS varios niveles de tarifas por los programas proporcionados, dependiendo de las ganancias de la estación respectiva. A diferencia de las grandes cadenas comerciales como NBC, CBS, ABC y Fox, las estaciones filiales de la PBS pueden elegir y comprar los programas que deseen de la distribuida por la PBS o directamente de otras estaciones o productores. El National Programming Service (NPS) es el mayor paquete de programas que PBS distribuye a sus estaciones, que se caracteriza por la alta calidad de sus programas documentales, artísticos, infantiles, informativos y de asuntos públicos. Aunque las estaciones locales tienen la opción de emitir o ignorar el material de la PBS, un alto porcentaje de la programación no – comercial es proporcionada por la red (PBS 1, s/f).

Cerca de 2/3 de las estaciones locales de televisión pública eran originalmente UHF, con un significativo factor de limitación en la recepción; sin embargo, muchas de ellas son transportadas por los servicios de cable local. Con la transición digital, la mayoría de las estaciones locales de televisión pública se encuentran disponibles en este formato. Asimismo, han establecido nuevos convenios con operadoras de cable tanto nacionales como locales para poder seguir llevando su programación a las distintas comunidades del país.

Entre las críticas y problemáticas que ha debido sortear la TV pública se cuentan sus estrategias de financiamiento y su carácter elitista.

Respecto de su financiamiento, los críticos cuestionan su independencia en la medida que sus ingresos más importantes dependen del Congreso y de los aportes por exenciones de impuestos que brindan las corporaciones privadas, lo que coexiste con la ausencia de una defensa abierta del rol de la TV pública dentro del sistema mediático estadounidense por parte de los partidos políticos que tienen representación en el Congreso. Esto también incide en la estabilidad y continuidad de sus recursos financieros. Es así como para el año 2000, por ejemplo, el total de ingresos de la televisión pública alcanzó a \$2.2 billones de dólares, de los cuales las principales partidas correspondieron al aporte de los socios (25,6%), empresas (17%) y fondos de los gobiernos estatales y locales (14,6% + 2,7%). Pero en total, menos de un tercio del total de

ingresos procedía de impuestos de orden local, estatal o federal: los restantes dos tercios provenían de fuentes privadas (incluyendo empresas, socios y fundaciones)¹⁶.

Halleck critica fuertemente el lugar que ocupa la PBS en el sistema televisivo del país, sosteniendo que:

En los Estados Unidos la PBS nunca fue apoyada adecuadamente y fue inherentemente corrupta desde sus inicios, dependiendo de una revisión anual por parte de los políticos y una programación avalada por las corporaciones [original en inglés]. D.D. Halleck, op. cit. p. 281

Y es que el aporte de las compañías petroleras a la PBS es una de las principales razones por las cuales las experiencias del caso estadounidense han procurado diferenciarse de ella. Según Kellner, durante los 70s las compañías petroleras habrían jugado un rol particularmente prominente en el financiamiento general de la televisión pública. Aunque con el tiempo esta influencia parece haberse atenuado, esta alianza del pasado parece haberse convertido en una suerte de pecado original:

El sistema de tv pública fue salvado de crisis financieras por las compañías petroleras, que estaban teniendo ganancias récord desde la crisis energética de 1973 – 1974. Su apoyo a la televisión pública capacitó a las petroleras a obtener una gran exención de impuestos y a comprar publicidad favorable en una era en la que estaban bajo el ataque de distintas fuerzas sociales. El control económico de facto de la televisión pública por las grandes compañías petroleras inspiró a los críticos a hablar de la “Petroleum Broadcasting System”. Sin embargo, con la creciente participación de otros auspiciadores corporativos que comenzaron a financiar programas, su influencia fue eventualmente diluida [original en inglés] (Kellner, 1996: 202)

Pero además de lo anterior, a la TV pública se le critica su orientación elitista y que redunde en bajos niveles de audiencia: si bien es cierto que PBS sirve a alrededor de 73 millones de personas cada semana, su cuota de audiencia en el prime time no supera el 1,7%, en un contexto donde la cuota máxima la tiene CBS con un 7,4% (PBS, 2007). Asimismo, sus receptores tienden a ser relativamente bien educados y fieles, lo que también repercute en los niveles de

¹⁶ <http://www.pts.org/>

audiencia: “unos pocos fieles seguidores en su mayoría influyentes y acaudalados (Schiller, 1986 citado en Segovia, 2001: 97).

En términos comparativos, la televisión pública en los Estados Unidos permanece en una escala de operaciones bastante menor al resto del sistema televisivo. Las estaciones públicas operan con un presupuesto relativamente pequeño y gastan sustancialmente menos por hora de transmisión en comparación con las estaciones privadas. Sin embargo, a pesar de sus reconocidamente exiguos recursos, el año 2004 el Presidente Bush dispuso un drástico recorte de ingresos para PBS que motivó una ola de protestas entre los televidentes y la sociedad civil organizada, al punto que en julio del 2005 la comisión pertinente del Senado votó para restaurar fondos para la TV pública, eligiendo ignorar los recortes propuestos por el Presidente y la casa de representantes (Karr: 2005).

Esta debilidad de la televisión pública, así como la distancia ideológica que tienen con ella las experiencias del caso estadounidense, permite entender por qué no constituye una amenaza para estas últimas.

El circuito de comunicación alternativa en Estados Unidos

Algo que caracteriza de modo particular a las experiencias del caso estadounidense es que ellas forman parte de un circuito más amplio tanto de medios como de productoras y centros de investigación con los que trabajan de manera coordinada o al menos bajo un mismo ideario, desde hace por lo menos 30 años, lo cual les otorga un soporte único en términos de redes de trabajo y de acción conjunta, que asimismo les ha permitido ir creando una audiencia creciente y concientizada hacia contenidos y enfoques que permanecen excluidos de los medios oficiales, tal como lo sintetiza la siguiente nota:

Deep Dish produjo el primer año de la versión televisiva del programa Democracy Now! de Radio Pacífica [...]. Democracy Now!, Paper Tiger TV, INN World Report y docenas de grupos proporcionan programas a la televisión de acceso público. Muchos usan la red global de más de 100 centros Indymedia en el mundo para publicar sus historias. Deep Dish tuvo un rol instrumental en el financiamiento del primer centro Indymedia en Seattle y ha trabajado para ampliar esta red incluyendo a sitios en Africa, Asia y América Latina [Original en inglés] (DDTV 2, s/f).

Una de las instituciones más importantes de este circuito es el Downtown Community Television (DCTV), un centro de medios llevado adelante por el periodista Jon Alpert, que está ubicado en el bajo Manhattan y que ha servido desde sus orígenes -en 1972- como un espacio para el desarrollo de experiencias de comunicación alternativa. Para Halleck (2002, 215), el DCTV “es la roca sobre la cual ha sido construido el movimiento de medios independientes” en Estados Unidos.

Lo interesante del trabajo de Alpert y la DCTV es que constituye un ejemplo de cómo recursos obtenidos desde los grandes medios pueden contribuir al desarrollo de una comunicación que ponga en evidencia las debilidades de estos mismos medios: desde 1972 y hasta la guerra del Golfo, Alpert vendió documentales a NBC y a CNN, reinvertiendo esos ingresos en DCTV, a través de recursos para la formación de productores audiovisuales y/o para la producción de videos que expusieran desde una perspectiva independiente las injusticias sociales, políticas y económicas, tanto en Estados Unidos como en el extranjero¹⁷.

Además de trabajar en conjunto con Paper Tiger a lo largo de los años, el DCTV fue clave en la consecución de un canal de acceso para la ciudad de Manhattan -el Manhattan Neighborhood Network o MNN- durante la década de los 90s, otro de los miembros del circuito¹⁸.

Durante los 80s, la ciudad de Manhattan ya había conseguido un canal de acceso, pero sumamente básico. Según uno de sus miembros de entonces y de ahora el canal “era literalmente un cable: los primeros shows que hicimos en esa época eran hechos en una casa particular y alguien por 20 dólares conectó una cámara a esta línea” (Lucas, 2005).

Por esta razón, a mediados de los 90s, los distintos grupos de medioactivistas de la ciudad de Nueva York se organizaron para exigir al gobierno local que hiciera valer ante las operadoras de cable las exigencias respecto de los recursos necesarios para levantar un canal de acceso público con los requerimientos de infraestructura adecuados. De este movimiento también fue parte integrante Paper Tiger, en una relación de apoyo mutuo que continúa hasta hoy:

¹⁷ <http://www.dctvny.org>

¹⁸ <http://www.mnn.org/>

En el 96 hubo un grupo de organizaciones e individuos que empezaron a tener la idea de que Manhattan necesitaban un canal de acceso público, porque ya había habido otros canales de acceso público [...] Paper Tiger es una de esas agencias involucradas en este movimiento de crear el public access channel [...] Entonces por eso nosotros tenemos una relación muy estrecha - no sólo históricamente, sino que todavía- con este canal, sobre todo en Manhattan. Y cuando se instala el canal, lo que hacemos es utilizar los estudios del canal para hacer producciones (Andrade, 2005)

Actualmente, el MNN es el canal de acceso público más grande y mejor financiado de Estados Unidos. Cuenta con 4 canales que funcionan 24 horas al día -entre ellos, uno exclusivamente juvenil-, en base a programación hecha por la comunidad de la isla o de algún otro lugar de la ciudad. La programación incluye testimonios sobre situaciones políticas, discusiones sobre arte y cultura, organizados en unos 60 mil programas anuales en unas 20 lenguas distintas, desarrollados por unas 2 mil personas (Lucas, 2005).

El canal también cuenta con varios estudios, que incluyen tanto tecnología de última generación -como cámaras robóticas y programas computacionales de edición- hasta tecnologías lineales o estudios con apenas un micrófono y un teléfono, todo para adecuarse al tipo de contenidos que se quieren emitir como a las capacidades diversas que tienen los ciudadanos interesados en participar.

En MNN trabajan 45 personas y su estructura organizacional está basada en cinco departamentos: programación, producción, juventud, administración y tecnología. La programación anual tiende a organizarse en cuatro temporadas de tres meses (13 semanas cada una). Los ingresos del canal provienen principalmente de las ganancias que reciben las operadoras de cable por el servicio que estas suministran. También se buscan otros tipos de subvenciones, sobre todo de fundaciones o instituciones interesadas en el desarrollo artístico. De un tiempo a esta parte, la programación de MNN también puede verse vía streaming por internet. Aunque no tienen datos sobre sus niveles de audiencia, la cantidad de llamadas que reciben por parte de los televidentes en los programas en vivo, así como la cantidad de gente que se conecta a ver los programas vía internet, les hace pensar que si bien puede ser un porcentaje pequeño en comparación con los medios comerciales, su valor es alto en términos sociales y comunicativos.

El porcentaje según entiendo yo es pequeño. Nunca vamos a tener un gran porcentaje del mercado, pero no es una televisión de mercado. No importa. Porque la gente que sí está mirando tiene dos cosas importantes: están recibiendo un mensaje enmarcado para ellos en particular -no es un mensaje en general, de modo que la información es más rica-. También es que estamos hablando de cosas que quizás otros medios no van a hablar. De modo que eso significa en teoría de la comunicación un mensaje con más valor (Lucas, 2005)

Democracy Now! (DN!)¹⁹ es otro ejemplo de la interconexión entre los distintos agentes que conforman el circuito de información alternativa en Estados Unidos. Surge en 1996 como un programa informativo diario de la red de Radio Pacífica (un proyecto de radios progresistas y pacifistas de carácter descentralizado que surge en Estados Unidos luego de la segunda guerra mundial), hasta que a principios de los 2000 establecerá una alianza con Deepdish para convertirse también en un programa de televisión. Actualmente tiene su centro de operaciones en el edificio de DCTV y es transmitido por MNN como por otras más de 500 estaciones de radio y televisión de acceso a través de Estados Unidos. Asimismo, en ocasiones trabaja conjuntamente con Indymedia.

Lo que caracteriza a DN! es su fuerte énfasis en el periodismo de investigación, sin temor a ser controversiales ni a poner en entredicho a las autoridades norteamericanas, tanto respecto a su política interna como a su política exterior. Si bien están enfocados a la información diaria, lo hacen con un enfoque contextualizado y crítico.

En total, en el programa trabajan entre 15 y 20 personas, incluyendo la presentadora -Amy Goodman-, 7 productores, 3 técnicos y 3 encargados de buscar financiamiento. No recibe dinero por vía publicitaria. La red Pacífica subsidia parte del programa. A menudo también reciben importantes donaciones individuales y también ingresos por venta de videos o libros.

Pero además de los medios en sí, el circuito de comunicación alternativa estadounidense incluye conexiones con las bases sociales como con centros de investigación. Destacan como ejemplo de lo anterior el *Media College* de la *University of the Poor*, *FAIR*, *Reclaim the Media* y el *Center for Social Media*.

¹⁹ <http://www.democracynow.org/>

La denominada *Universidad de los Pobres* es un proyecto educativo surgido en el año 2000 cuyo horizonte es la promoción de la campaña por los derechos sociales y económicos de las personas pobres en los Estados Unidos. La Universidad ayuda a educar a la gente en los temas de la campaña; en particular, sobre cómo construir un movimiento social en torno a ella. El Media College de la Universidad surge por el interés de los miembros de *Skylight Pictures* -una productora audiovisual independiente con una larga trayectoria en temáticas sociales y políticas- que participaban del proyecto y que decidieron promover el uso del audiovisual como herramienta de concienciación respecto de la campaña.

El foco del Media College está puesto sobre el intento de que los propios grupos que trabajan vinculados a la campaña generen producción audiovisual sobre sí mismos. Aunque reconocen una cercanía “ideológica” con experiencias como Paper Tiger o MNN, conciben su trabajo más desde las condiciones materiales de las personas en condiciones de pobreza, antes que desde los medios alternativos en sí.

Nuestra idea es que si nosotros no tenemos un movimiento social no vamos a tener un espacio en los medios alternativos. Pero la manera para llegar a los medios alternativos es la lucha por el cambio social. Y la manera de luchar por el cambio social es construyendo movimiento social. Nuestro sentir es que esa es la prioridad: que en la medida que nosotros desarrollemos el movimiento se abrirán más espacios para la cultura alternativa en general: medios independientes, música independiente, danza independiente. Todos los sectores que actualmente están sufriendo cortes presupuestarios, que sus espacios de expresión están siendo eliminados [original en inglés] (Kinoy, 2005)

Finalmente, a nivel investigativo, hay agencias que mezclan activismo con investigación, mientras otras nutren el mediactivismo con la investigación. En el primer grupo se encuentran experiencias como FAIR²⁰ y Reclaim the Media²¹. FAIR -*Fair and Accuracy in Reporting*- es un observatorio de medios ubicado en Nueva York, que posee una revista mensual, un programa de radio y un sistema de alertas via internet a través del cual transmiten el trabajo de investigación que realizan sobre los vacíos y omisiones que ejercen los medios corporativos en

²⁰ [Http://www.fair.org/index.php](http://www.fair.org/index.php)

²¹ [Http://reclaimthedia.org/](http://reclaimthedia.org/)

su cobertura y tratamiento informativo.

Reclaim the media, por su parte, es una organización sin fines de lucro que trabaja a favor de políticas de medios que favorezcan al interés público y el derecho a la comunicación de la ciudadanía, desarrolla la formación en el uso de medios y apoya el desarrollo y fortalecimiento de los medios comunitarios. Si bien funciona y desarrolla su accionar principalmente en Seattle, tiene un sistema de alertas por internet denominada *Take action* por medio de la cual logra desarrollar sus tres líneas estratégicas a nivel de todo el país, envolviendo a la ciudadanía en la demandas de democratización del sistema de medios.

En el segundo grupo, uno de los agentes más importantes es el Center for Social Media, de la Escuela de Comunicación de la American University, ubicado en Washington²². Su accionar está orientado de manera general a la discusión de las políticas de medios de comunicación en Estados Unidos. De manera específica, algunas de sus áreas de trabajo son: el futuro de los medios públicos en el contexto de la era digital; los derechos de propiedad intelectual y su tensión con la creación -sobre todo en el ámbito audiovisual- y el financiamiento y distribución de documentales sociales.

La política exterior estadounidense y el hito del 11-S

Desde su creación, uno de los focos de las experiencias del caso estadounidense ha sido la política exterior del gobierno estadounidense, principalmente en Centroamérica y en el medio oriente.

Pero después del año 2001, no es posible pensar el desarrollo del caso estadounidense sin pensar en el ataque a las Torres Gemelas y los hechos sucesivos vinculados a este hito, a saber: la Guerra en Irak, sus consecuencias en términos de política y economía interior, la pérdida de libertades impuestas por la Ley Patriota y el comportamiento de los medios oficiales respecto de la guerra y de las acciones del gobierno durante este período.

Es así que uno de los principales objetivos de las experiencias que constituyen el caso ha sido durante los últimos años la entrega de información adecuada y fidedigna a la población

²² [Http://www.centerforsocialmedia.org](http://www.centerforsocialmedia.org)

estadounidense sobre lo que está ocurriendo en Irak:

Tratando especialmente de explicar a la gente americana lo que es la situación con la invasión y ocupación de Irak por nuestro país. Y la vida real de la gente de este país, que estamos destruyendo con bombas de destrucción masiva. Es una situación muy mala, para la gente de Irak y para la gente de Estados Unidos (Jourdan, 2005)

En un contexto donde el acceso a una información veraz por parte del gobierno es un objetivo cada vez más difícil:

El año pasado, hubo en Washington un encuentro de periodistas de la prensa y ahí se planteaba la pregunta: “¿Qué es lo que puedes decir cuando sabes que el presidente le está mintiendo a la gente?. Tú no puedes decir que el presidente está mintiendo” [...] así que en esta administración nuestro trabajo ha sido especialmente duro [original en inglés] (Nogueira, 2005).

Existe la percepción de que durante las administraciones de George Bush hijo el trabajo informativo ha sido especialmente difícil, generando al mismo tiempo una actitud de docilidad de los periodistas en general, aunque desde los medios del circuito de comunicación alternativa también persiste la pregunta respecto de las vinculaciones entre la administración Bush y los medios corporativos al momento de difundir u omitir determinada información.

Ellos son muy antagonistas con los medios. No les gusta responder preguntas. Atacan agresivamente cuando los medios se rebelan contra ellos. Eso produce en parte una prensa muy dócil [...] Hemos sido muy crédulos con la cobertura de los medios. Y ellos simplemente hacen lo que la administración dice. Pero no hay un análisis, una puesta en contexto [original en inglés] (Nogueira, 2005).

Otro hecho que no puede obviarse como contenido latente es el de la pobreza en Estados Unidos, un problema social de grandes magnitudes, pero que es invisibilizado por la propia cultura norteamericana, una de cuyas bases identitarias es la libertad de consumo.

Es muy dura la batalla contra la idea de que no podemos hacer nada. Es dura la idea de que la gente no tiene poder. Pero no es sólo que el gobierno es

represivo, sino que la represión más grande proviene del mundo corporativo que nos dice que la única manera de que nosotros podamos tener algo es comprando. Que esa es la única manera de ser [original en inglés] (Kinoy, 2005)

A todo ello, debe agregarse la situación de un país en guerra, donde muchos recursos públicos han sido recortados y utilizados para financiar tropas. En este contexto, el circuito de comunicación alternativa estadounidense se siente particularmente motivado tanto a denunciar esta situación como a trabajar con los sectores en situación de pobreza más movilizados por sus demandas.

La pobreza es un problema muy grave, pero nadie habla de eso. Porque ¿qué puedes decir? No se pueden hacer breaking news sobre la pobreza. Lo que hacemos es contar pequeñas historias sobre distintas personas de las que nunca sabremos. Por ejemplo, hemos hecho hace poco unas historias sobre la opinión de mujeres acerca de las condiciones de seguridad en los hospitales [original en inglés] (Nogueira, 2005)

Izquierda ilustrada y academia: menosprecio e invisibilización

A pesar de la coherencia de la experiencia estadounidense con un corpus teórico reconocible dentro del ámbito académico (ver apartado “Antecedentes”), su quehacer ha permanecido casi completamente invisible para este sector. La noción de acceso, por ejemplo, no es reconocida por muchos teóricos de la comunicación con toda su capacidad como elemento clave en la implementación de un sistema de medios democrático. Según denuncia Halleck (2002: 98), “los especialistas en comunicación no han tomado seriamente el fenómeno del acceso público. Ha existido muy poca apreciación por el acceso público de parte de los académicos en comunicación”.

Con quienes si han tenido más afinidad las experiencias de televisión alternativa aquí revisadas han sido intelectuales vinculados a la economía política de la comunicación, como Herbert Schiller o Robert Mcchesney. Esto ha redundado en una cierta visibilización académica de la televisión alternativa en Estados Unidos desde el punto de vista económico - político, pero que la hace permanecer todavía invisible desde el punto de vista cultural en su sentido más profundo; esto es, como espacios de generación de sentido, de apropiación de los medios como forma de poner en circulación nuevas interpretaciones de la realidad, nuevos discursos y nuevos

lenguajes, dada la poca relevancia que les ha sido otorgada -por ejemplo- desde el ámbito de los estudios culturales.

El prolífico campo de los estudios culturales en los Estados Unidos se ha focalizado en la cultura de masas, haciendo raramente algún guiño a manifestaciones más marginales o experimentales de la televisión. Muy poca de la investigación televisiva actual discute acerca de alternativas a la televisión comercial [original en inglés] (Halleck, 2002: 274)

La relación tampoco ha sido auspiciosa, al menos históricamente, con los medios ilustrados de izquierda pues también los han invisibilizado. Desde el punto de vista de los medioactivistas, esto se debería en parte a la dificultad de la intelectualidad de izquierda para abordar los medios de comunicación de masas más allá de una perspectiva elitista, y en parte por una actitud pasiva respecto del manejo de los mensajes comunicacionales:

Ha habido un fatalismo acerca de la discusión de los media por la izquierda que ha hecho que cualquier activismo parezca fútil [...] El caso de *The Nation* es sintomático de la actitud de la izquierda hacia los media. Ellos nunca han reconocido los medios alternativos en este país. Le dan amplia cobertura a las últimas producciones del *Metropolitan Opera*, pero nunca un párrafo sobre la comunidad de productores de acceso público [...] La discusión nunca ha ido más allá de cómo poner nuestros temas en sus medios, en vez de pensar qué podemos hacer nosotros respecto del tema más amplio de los medios en América [original en inglés] (Halleck, 2002: p. 258)

Hostigamiento del sistema oficial de medios

El encuadre institucional de las experiencias del caso han sido históricamente los canales de cable de acceso público. Es por eso que la principal contraparte del sistema oficial de medios con la cual deben relacionarse son las operadoras de cable, con quienes existe una permanente disputa respecto de la disponibilidad de canales y recursos. Como el desarrollo de esta tribuna pública no es un objetivo de particular interés para las empresas operadoras de cable de las cuales dependen, estas preferirían darle un uso comercial a los canales de acceso público bajo argumentos como el de que los ve poca gente, que son un gasto de tiempo o que el espacio es como tierra en barbecho que debería estar produciendo cosechas para el mercado; por su parte,

las productores independientes vinculados a los canales de acceso son un grupo contrario a cualquier forma de intrusión y control, lo cual muestra el claro conflicto de intereses entre unos y otros (Halleck, 2002)

Esta falta de interés de las operadoras por desarrollar los canales de acceso también se expresa en las pocas facilidades que entregan para el entrenamiento de los miembros de las comunidades locales que quieren participar como emisores, tal como denuncia Roberts (1995) al señalar que muchos grupos minoritarios sienten que sus puntos de vista no están siendo considerados en los procesos de entrenamiento necesarios para operar y producir un programa de acceso.

Asimismo, el hecho de que sean los operadores de cable y no el gobierno quienes controlen la asignación de dinero disponible para los canales de acceso, ha ido demostrándose con el tiempo como un obstáculo para poder desarrollar a fondo la idea de una televisión participativa:

La promesa de que la televisión de cable podía servir como una herramienta democrática a la televisión de propiedad corporativa fue traicionada por la desregulación federal y los errantes acuerdos de franquicias. El temprano apoyo de la televisión pública al video documental y el trabajo artístico en video se redujo a un virtual alto [...] Y las fuentes de financiamiento que alguna vez prodigaron apoyo y entusiasmo hacia los grupos de la guerrilla TV ahora se volvieron un hombro frío, prefiriendo apoyar a individuos antes que a grupos y trabajos que acentuaran el arte y la experimentación, antes que a la controversia y a la comunidad [original en inglés] (Boyle, 1995: 161)

De manera que en ausencia de un apoyo fuerte de la industria o el gobierno, la historia de la televisión de acceso se ha ido haciendo cada vez más precaria y ha descansado sobre decisiones políticas dentro de comunidades aisladas. Esto ha significado que los recursos y facilidades para el acceso público varían de lugar en lugar. Algunas comunidades ofrecen estudios, equipos de producción, mientras otras proporcionan poco más que el espacio al aire (Stein, 2001).

A todas las dificultades anteriores debe agregarse la invisibilidad de la cual son víctimas por parte de las mismas operadoras de cable que no promocionan su programación, lo que también presiona a la generación de otros vías de distribución como mecanismo para conseguir mayor alcance y con ello fuentes alternativas de financiamiento (Stein, 2001).

Con la PBS, en tanto, la relación tampoco es muy fluida. Si bien los canales de acceso público a veces acarrean programas de la PBS por suscripción, es mucho menos probable que la PBS esté dispuesta a transmitir programación producida desde los canales de acceso público o de los productores audiovisuales independientes vinculados a ellos. La emisión de la serie de Deep Dish sobre la guerra del Golfo por parte de la televisión pública de Nueva York fue una excepción a la regla más que una norma. Para Boyle (1995, 181), “la mayoría de la programación de Deep Dish está demasiado llena de vida, política y cosecha propia para la PBS [original en inglés]”, mientras que según Jourdan (2005) “es casi imposible poner nuestros programas en la televisión pública aquí en Estados Unidos. Es muy controlado aquí. Es casi comercial”.

Particularidades del soporte televisivo

Soporte y alcance

Como ya ha sido señalado con anterioridad, el soporte televisivo original del caso estadounidense son los canales de cable de acceso público, cuyo sentido original no fue el fomento y desarrollo de un circuito de televisión alternativa, sino una oportunidad para promover la programación local en el cable, que la FCC no había logrado conseguir a través de la televisión abierta.

El acceso público proporciona una serie de herramientas para el desarrollo de la ciudadanía y la comunicación democrática, que al ser utilizadas desde una perspectiva crítica, conforman la particularidad de este caso. Según Stein, el soporte de la TV de acceso sirve a este fin al menos en tres sentidos:

- Capacita a sus usuarios para reinterpretar, re-enmarcar y refutar los artefactos, mensajes e ideologías de la cultura comercial hegemónica desde un espacio que le es propio (la televisión);
- Otorga a los usuarios un espacio en el cual representarse a ellos mismos y sus intereses;
- Permite el ejercicio de funciones discursivas democráticas, ampliamente ausentes de los

medios comerciales (Stein, 2001: 317 – 318)

Con todo, los canales de cable de acceso público empezaron a mostrar sus limitaciones ya a mediados de los 80s, particularmente aquellas referidas al alcance y la incidencia de este factor en el uso eficiente de los recursos económicos recibidos. En la medida que el sistema de canales de acceso no promueve por sí mismo un alcance más allá del espacio local, eso juega en contra del desarrollo de las experiencias del caso, toda vez que limita la distribución, acentúa el localismo y la falta de vínculos para ampliar la esfera de discusión y debate. En este sentido, la realidad estadounidense pone de manifiesto el hecho de que el acceso a la tecnología no implica per se la visibilización de las experiencias del tercer sector de la comunicación en la esfera pública.

El desarrollo de la televisión satelital y luego de las redes computacionales durante los últimos 20 años han contribuido a resolver al menos en parte las carencias del soporte original. Lo que muestran las experiencias concretas de este caso es que sus promotores han sabido utilizar otras condiciones legales e institucionales no restrictivas ni prohibitivas para los canales de acceso ni para los colectivos vinculados a ellos, para poder extender el alcance de su mensaje. Tanto Deepdish como Freespeech pueden ser considerados modos específicos de resolver las carencias que presenta la televisión de acceso público para el desarrollo de un tercer sector de la comunicación.

Hasta antes de la creación de la red satelital de acceso del cable a nivel nacional Deep Dish TV, la televisión alternativa alcanzaba su mayor audiencia por medio de los canales locales de cable de acceso público. [...] Deep Dish ayudó a resolver un frustrante dilema en el que cientos de horas de importante programación estaba siendo producida, pero poco de ella era capaz de alcanzar la audiencia masiva que se merecían [original en inglés] (Boyle, 1995: 178)

En sus primeros años, PTTV como DDTV procuraban llegar a un público más amplio enviando su programación en cintas de video a través del correo postal por todo el país. Pero ya a principios de los 90s, activistas del acceso público habían comenzado a plantearse los límites de este soporte para difundir sus producciones, planteando también el satélite como una opción.

Es así como DDTV comenzó a desarrollar una estrategia para maximizar su alcance arrendando

tiempo de un satélite nacional para emitir una hora de programación -libre de cargo- a más de 5 mil hogares con acceso satelital y a 300 sistemas de cable a través de Estados Unidos. De esta manera, su programación podía alcanzar a distintos públicos y por medio de distintas vías: televisión satelital y televisión de acceso (con conexión satelital o sin ella, pero con posibilidades de ser grabada por algún miembro de la comunidad y emitida en días siguientes). Con todo ello, Deep Dish era capaz de alcanzar una audiencia eventual de 14 millones de personas, por alrededor de U\$2 mil, incluyendo costos de producción y tiempo de arriendo del satélite (Boyle, 1995).

El sistema de integración y redistribución de la producción audiovisual independiente vinculada a los canales de acceso y que constituye uno de los rasgos característicos de DDTV, ayudó a resolver el frustrante dilema de la producción de cientos de horas de programación que no estaban alcanzando la audiencia masiva que se merecían, con la consiguiente subutilización del medio. Un dilema no sólo por su corto alcance de llegada, sino también por lo que eso implicaba en términos de influencia sobre el establecimiento de la agenda pública o sobre la diversidad de opiniones posibles de estar presentes en el debate público más extendido.

Pero así como no existen restricciones de carácter legal para lograr mayor alcance, persisten las condiciones tecnológicas precarias en virtud de los recursos, como le ha ocurrido a Deep Dish en su intento de llegar con sus series a todos los canales de acceso público interesados:

Primero, muchos centros de acceso público no poseen antenas satelitales. Los individuos que deseen programar en esas áreas deben tener una antena satelital propia o ponerse acuerdo con un centro de acceso público cercano y con acceso a antena, para que le envíe las copias de la programación. Segundo, DDTV tiene que cargar con todos los aspectos administrativos de vincular a cientos de estaciones locales[original en inglés] (Stein, 2001: 316)

Paralelo al proceso específico de DDTV, se estaba gestando el proyecto de FSTV bajo un diagnóstico similar respecto del alcance del circuito de los canales de acceso público, pero al mismo tiempo avanzando un poco más también en cuanto a convertirse en un nodo de confluencia de la producción de distintos canales de acceso.

Entre 1995 y el 2000, FSTV comenzó proporcionando programación semanal a través de cintas

de video a 50 canales de acceso público, hasta que el año 2000 obtuvieron posibilidad de hacer uso de la porción de canales satelitales disponibles para servicio público, lo que les permitió llegar todavía a más gente: 163 canales de acceso público distribuidos en 34 estados, una programación continua de contenidos *progresistas* y una audiencia eventual de 25 millones de hogares en los Estados Unidos, en la actualidad. No es sólo hasta el surgimiento de este canal que se logra llegar de manera permanente y sistemática a todo el país (e inclusive más allá): ya sea en directo por medio del satélite o en sistema diferido a través de la descarga de su programación por los canales de acceso suscritos e interesados.

El sistema de distribución de FSTV funciona bajo una serie de características que se vuelven interesantes en la medida que aseguran la continuidad de la experiencia al tiempo que presionan a los canales de acceso a seguir generando producción propia, a saber:

- La programación es distribuida a las estaciones afiliadas via Free Speech TV a tiempo completo con el satélite Dish Network Channel 9415.
- Las afiliadas tienen que distribuir un mínimo de 8 horas de programación al mes, pero no más de 84 a la semana.
- Las transmisiones a los canales de acceso público son gratuitas
- En internet hay un avance de tres semanas de la programación
- Hay series diarias, series semanales y series mensuales²³.

Sin embargo, desde las experiencias revisadas no se olvidan los canales de distribución de base [cara a cara] como otra alternativa de difusión del trabajo que se realiza, lo cual es de particular interés en el caso de Paper Tiger.

También le ponemos mucho cuidado a la distribución de base [...] Tener una presentación del video en ese barrio, invitar a gente de la comunidad, llevarlo a otro barrio donde está ocurriendo lo mismo (Andrade, 2005)

Lenguaje y contenidos

Un rasgo particular del caso estadounidense es el profundo desarrollo en la búsqueda y conformación de un lenguaje que conectase el desarrollo de nuevas tecnologías audiovisuales

²³ [Http://www.freespeech.org](http://www.freespeech.org)

con una estética alternativa y un discurso crítico.

Como se ha señalado antes, el uso de los canales de cable de acceso público como soporte para las experiencias de televisión alternativa se corresponde en Estados Unidos con la masificación de los primeros videos portátiles, los Portapak. Estos aparatos hicieron asequible a un mayor número de personas la posibilidad de convertirse en emisores y asimismo ayudó a las comunidades a desarrollar un lenguaje para hablar de sí mismos y a fortalecerse en la cotidianeidad en base a recursos limitados:

Portátiles, los más asequibles instrumentos electrónicos ofrecen una pequeña ventana de oportunidades para recuperar la experiencia televisiva. El uso de herramientas accesibles permite el desarrollo de un nuevo estándar retórico capacitando a las pequeñas comunidades a revisar y sustentar su sentido de la identidad. Las comunidades con recursos limitados ahora pueden comenzar a elaborar textos que fortifican sus propias prácticas [original en inglés] (D'Agostino y Tofler, 1995: XXV)

Es a partir de estas condiciones que se desarrolla el movimiento de la *Guerrilla TV* y dentro de esta algunos de sus colectivos emblemáticos como *Videofreex* o *TVTV*, cuyo desarrollo y experimentación en términos de lenguaje audiovisual será la base de las experiencias estadounidenses. La introducción del uso creativo de gráficos, la música en vivo, los cambios de ángulo a gran velocidad, el uso del humor negro y la ironía con las cual estos colectivos van a irrumpir en el panorama audiovisual de los 60s y 70s (Boyle, 1995) se convertirán en una marca de época.

Las condiciones dadas por estas primeras tecnologías portátiles tales como la grabación en tiempo real, el uso del lente ojo de pez e incluso la aparente irrealidad de unas cámaras tan pequeñas y fáciles de utilizar para la época (Boyle, 1995), terminaron convirtiéndose en parte de un lenguaje audiovisual propio a la vez que crítico.

PTTV constituye el principal heredero de los colectivos de videoactivismo que irrumpieron en los 60s y 70s, así como representa el eslabón de la continuidad de esas experiencias con DDTV y FSTV en la búsqueda de un lenguaje audiovisual propio para la televisión alternativa. Esta estética propia se caracteriza por acentuar el carácter construido de la estética televisiva.

PTTV expone los sesgos, mensajes encubiertos y el monopolio de la propiedad de los mainstream media en sus diversas formas con una lectura deconstructiva crítica a través de profesionales del interés público en los medios, académicos y productores independientes con opinión. Pero junto con exponer las estructuras corporativas y las ideologías de los medios, el trabajo de PTTV también pretende “desestabilizar las creencias televisivas” de los televidentes. Particularmente aquellas relacionadas con la inherente objetividad e inaccesibilidad del medio televisivo.

Su ritmo es accidentado. Las escenografías y tarjetas gráficas son de gran colorido y a menudo hechas a mano. Las tomas a veces revelan los equipos y al equipo, también. Los errores producidos durante la producción pueden ser dejados deliberadamente en la versión final. La estética, que se afana por ser “casera” o “amigable”, tiene varias funciones establecidas. Primero, ella diferencia visualmente el show de la otra televisión con la esperanza de captar la atención de posibles televidentes. Segundo, Paper Tiger ilumina visualmente la naturaleza construida de la televisión, a través de su renuncia a lucir profesionales. Tercero, convence a los televidentes de que los valores de la perfección en la producción no son una precondition para tener algo que decir en el medio televisivo [Original en inglés] (Stein, 2001: 310)

Desde su origen, PTTV ha mostrado interés por gran diversidad de temas, siempre enfocándose a las contradicciones propias de la sociedad estadounidense. De manera contingente, los contenidos a los cuales se ha abocado últimamente son las indemnizaciones a afectados del 11S que trabajaban como indocumentados en los alrededores del WTC; las estrategias del ejército para enrolar a jóvenes de color o de bajos ingresos; la pobreza en Nueva Orleans desnudada tras el huracán Katrina; el trabajo de los escudos humanos en Palestina; la defensa de una zona aledaña al Río Hudson, en Nueva York, que había sido históricamente un espacio de expresión de la diversidad sexual y que está siendo cercado para impedirlo.

En el caso de DDTV la relación entre la situación política y la producción audiovisual es semejante, aunque quizás lo que varía es que se trata de series de programas, donde por lo tanto se maneja mucha información, se plantea el problema desde muchos más puntos de vista y por lo tanto también requiere de un número mayor de productores involucrados. Con todo, históricamente las situaciones de guerra y de privación de libertad en las cuales ha estado implicado Estados Unidos han ocupado un lugar importante dentro de su producción. Respecto

de las primeras, hay producciones sobre América Central y medio Oriente. Sobre las segundas, la denominada Prison Series constituye un referente de la mayor importancia, en un país donde el sistema carcelario funciona bajo la lógica de mercado.

En síntesis, las experiencias del caso estadounidense llevan a cabo un uso estratégico del lenguaje audiovisual orientado a poner en evidencia la legitimidad que le ha sido otorgada socialmente a los grandes medios y la necesidad de subvertir esta condición:

Usando el video para crear auto-representaciones autónomas; creando intervenciones visualmente creativas que den cuenta del costoso y resbaladizo look de las redes de TV, que cuestionen los límites entre información, entretenimiento y programación de asuntos públicos; minar la credibilidad de los medios dominantes por medio de la exposición de la naturaleza construida de las representaciones mediáticas [original en inglés] (Boyle, 1995: 154)

Desde la reflexión teórica, las experiencias del caso norteamericano han sido conceptualizadas como parte de las condiciones discursivas que pueden preceder transformaciones sociales o políticas importantes al dar cuenta de relaciones opresivas o situaciones de injusticia por medio de un ejercicio democrático de construcción de discurso.

Es el caso de Stein, quien emparenta las experiencias estadounidenses emanadas del public access tanto con las “condiciones discursivas” que preceden a los cambios políticos en la teoría de la democracia radical de E. Laclau y Ch. Mouffe, como con el concepto de “funciones discursivas democráticas” de Benjamin Barber

Laclau y Mouffe argumentan que los cambios políticos deben ser precedidos por “condiciones discursivas” que alerten a las personas de las relaciones opresivas, haciendo posible la exposición de los distintos tipos de desigualdad y la transformación social y la comprensión política de ellos; tales funciones discursivas, según Barber, incluyen las formulaciones de las bases sociales respecto de temas y problemas; la exploración de la correspondencia en las ideas, sentimientos e intereses; la afiliación y dedicación a través de sentimientos, preocupaciones y empatía por otros; mantener la autonomía por la consistente reexaminación y recuperación de las propias convicciones; las expresiones de estas, así como el disenso, la frustración y la oposición a ellas; el rediseño de los valores y definiciones políticas mediante su reformulación y

reconceptualización; y la construcción de comunidad a través de la creación de ciudadanos capaces de elaborar juicios políticos informados. Los proyectos de Radical Media están profundamente relacionados con muchas de estas funciones discursivas [original en inglés] (Stein, 2001: 318 – 320)

Emisión y recepción

Desde su origen, y muy en consonancia con la noción norteamericana de libertad de expresión, los canales de acceso público fueron concebidos como “electronic soap-boxes”: esto es, como tribunas electrónicas improvisadas. Un paralelo electrónico a los panfletos impresos. Su meta no era producir programas de cierto tipo, sino crear una especie de plaza pública electrónica donde se presentaran propuestas y discursos con baja presencia en otros contextos mediáticos.

De allí que estos canales hayan sido muy utilizados por grupos minoritarios de todo tipo, -ya sea como emisores o como receptores. El supuesto detrás de ello es que si bien puede existir un número limitado de personas interesadas en un diálogo particular, la disponibilidad de canales significa que hay una oportunidad de que esas voces sean escuchadas. De allí que su relevancia social no puede medirse con la lógica del rating, que es como se miden las audiencias de los grandes canales de televisión, sino más bien por indicadores tales como el nivel de involucramiento de la comunidad o el uso del canal durante momentos críticos o de especial relevancia para la comunidad.

Aunque puede ser cierto que en muchas ciudades el acceso público no es visto por mucha gente, los televidentes más fieles pueden estar profundamente involucrados en los programas que ven. El acceso público es de acceso limitado: los productores a menudo están orientados hacia una comunidad pequeña y a menudo específica de televidentes. El televisado es una función de cuán activo es un centro de acceso en promover la programación dentro de la comunidad y cuán importantes son los temas cubiertos [...] Incluso si el acceso público no es visto en períodos normales, sí lo es en el caso de una emergencia [original en inglés] (Halleck, 2002: 100)

En la lógica del respeto por la libertad de expresión, no existe ninguna restricción a priori para quien quiera participar de un canal de acceso más que su orden de llegada. Es por eso que uno de los asuntos más difíciles con el acceso público y la censura es el uso de ellos por parte de

grupos con tendencias fascistas, sexistas o simplemente personajes provocadores o disruptivos. Aunque este tipo de grupos representa un sector muy minoritario de quienes generan programación de acceso público, su sola existencia se ha convertido en argumento de los operadores de cable -que realizan una lectura particularizada de la Primera Enmienda- así como de otros sectores de los grandes medios, para hacer retroceder la regulación que protege el acceso público.

Las corporaciones de cable han intentado usar los derechos individuales de la primera enmienda como un medio para proteger sus intereses corporativos. Ellos dicen que les ha sido negado el derecho a la libertad de expresión al tener que emitir en los canales de acceso público programas que ellos no han elegido por línea editorial. Lo que sus panfletos de relaciones públicas dejan fuera es el hecho de que a excepción de los canales de acceso público, esas corporaciones de cable usualmente controlan como un monopolio toda la información electrónica que entra a tu hogar. El acceso público fue concebido para ser una alternativa a ese monopolio -que permite a los ciudadanos individuales el derecho a la expresión electrónica [...] Los periodistas que cubren los medios han saltado sobre el tema de la programación nazi como el peor ejemplo del acceso público [...] Se olvidan de cubrir lo mejor del acceso público y olvidan mencionar a otros grupos que regularmente usan el cable en muchas ciudades [original en inglés] (Halleck, 2002: 131 y 133)

A pesar de todo lo anterior, para los promotores del acceso público la existencia de estos contenidos controversiales también tiene como aspecto positivo el hecho de que la presencia en la televisión de estos temas que existen en la realidad y a partir de quienes los sustentan, ha contribuido a la generación de debates públicos en los lugares donde han surgido.

Aún dudando de su posibilidad de replicabilidad en otro contexto nacional, la medioactivista Dee Dee Halleck sostiene que el acceso público estadounidense aporta interesantes lecciones en términos de democratización de la pantalla por medio de la participación de personas comunes y corrientes en la emisión, a saber:

- Por un costo relativamente bajo, un sistema de televisión comunitaria puede ser desarrollado en barrios y pueblos.
- Las comunidades se benefician ampliamente del acceso abierto e irrestricto a equipos de

telecomunicaciones y canales para el intercambio.

- El público televidente responde activamente a los programas que conectan con sus necesidades locales de información y la documentación de las opciones locales de entretenimiento.
- La gente de medios con capacidad creativa así como artistas visuales y performativos encuentran acceso a equipamiento y canales útiles e inspiradores.
- Los programas de acceso local sobre temas locales devienen extremadamente útiles durante momentos de crisis.
- La expresión de puntos de vista incluso repugnantes es importante para iniciar diálogos públicos sobre temas sensibles (Halleck, 2002: 107 – 108).

Autoras como Nicholson (citada en Halleck, 2002) también señalan la utilidad de los canales de acceso para los grupos comunitarios basándose en el hecho de que les brindan autonomía y control en su representación ante los demás a través de los medios de comunicación. O por las herramientas que proporciona para el auto gobierno de los ciudadanos y, por lo tanto, para el fortalecimiento democrático de una sociedad determinada (Stein, 2001).

Por último, también es importante señalar que los canales de acceso público son un importante espacio para que el arte experimental llegue a un público masivo.

Para muchos jóvenes artistas audiovisuales, la presentación de su trabajo en los canales de acceso público es su única oportunidad para dirigirse a una audiencia televisiva [...] una oportunidad para experimentar con la respuesta de la audiencia [...] Hacer televisión en vivo en una situación local sin auspicios comerciales, puede ser una nueva veta para los artistas [original en inglés] (Halleck, 2002: 105)

Hasta aquí las audiencias desde el punto de vista de las posibilidades que les brinda el acceso público. Pero esta es sólo la mitad del tema, ya que la democratización de la emisión que promueve el soporte de acceso, se ve potenciada en el caso estadounidense por las propias dinámicas internas de las experiencias analizadas, que promueven la multiplicación y el trabajo en red de los emisores tanto autodidactas como profesionales en torno a un mismo objetivo: el uso del soporte audiovisual para un propósito crítico – transformador. De las tres experiencias, la que representa mejor este paradigma es DDTV, cuya filosofía es la transformación de la

naturaleza pasiva de la experiencia televisiva en una experiencia interactiva.

Junto al trabajo de producción de series con grabaciones enviadas por productores de diversas zonas tanto de Estados Unidos como del exterior que constituye su marca original, el equipo de DDTV extiende a los canales de cable con los cuales trabaja y a sus audiencias, la capacidad de decidir los temas sobre los cuales se harán los paneles de discusión o los programas de llamadas telefónicas que se hacen luego de la emisión de la serie cada semana. Los programas de llamadas telefónicas en vivo, producidos en conjunto con grupos de activistas que corrientemente trabajan en su canal local de acceso, han abordado temas tales como el racismo ambiental, la decadencia de las ciudades, y la violencia en la programación infantil (Boyle, 1995).

Sustentabilidad Social

Praxis social y discurso

A menudo se presenta a los medios de comunicación norteamericanos como emblema de independencia informativa con el caso *Watergate* como paradigma. Sin embargo, una de las razones de ser del medioactivismo y del circuito de comunicación alternativa en los Estados Unidos es conformar un punto de vista verdaderamente independiente ante la información y ante los grupos de poder, en contraposición a los medios tradicionales, que no estarían cumpliendo este papel: sus pautas de propiedad y administración, así como sus cada vez mayores niveles de concentración demostrarían su distancia de ese mentado “cuarto poder”.

Aunque los media americanos poseen una ética oficial de balance, de objetividad, de reproducir “todas las noticias que se puedan escribir”, como dice el encabezado del *New York Times*, la realidad es diferente y bastante lejana del control popular. De ahí se sigue, de manera natural como la noche al día, una explosión de pequeños intentos de comunicación de masas [original en inglés] (Downing, 1984: 37)

Los niveles de concentración de la propiedad de los medios de comunicación se han incrementado producto de la desregulación del sector propiciada desde la FCC (el organismo regulador estatal), al punto que Carmona (2007) denuncia la existencia de diez mega corporaciones que poseen o controlan la totalidad de los grandes medios de información de

Estados Unidos, a saber: AOL/Times Warner, Gannet Company, Inc., General Electric, The MacClatchy Company/Knight-Ridder, News Corporation, The New York Times, The Washington Post, Viacom, Vivendi Universal y Walt Disney Company. La distribución de la propiedad se da del siguiente modo:

AOL/Times Warner maneja el proveedor de internet AOL, la compañía Warner Brothers, los canales CNN, TNT, HBO y Time Warner Cable, además de revistas como Life y Time y participar en Amazon.com; **Gannet Company, Inc.** agrupa a todos los diarios nacionales relacionados con USA Today además de publicaciones de temática militar; **General Electric** posee las cadenas NBC News y Telemundo, además de los canales de cable Bravo Network y MGM y la productora Universal Pictures; **News Corporation** controla los distintos canales de la cadena Fox, el National Geographic Channel e Sky DirectTV, la productora 20th Century Fox, la editorial Harper Collins y el New York Post; **The MacClatchy Company/Knight-Ridder** controla el segundo holding de periódicos del país que incluye 31 diarios, 50 periódicos no diarios y varios periódicos gratuitos; **The New York Times Company** posee el diario del mismo nombre y otros 17 periódicos a través del país; **The Washington Post Company** abarca la edición del periódico homónimo y diversas revistas de tipo magazine, además de participar de servicios de información electrónica y educacional; **Viacom** posee las cadenas CBS y UPN, las cadenas de cable MTV y Nickelodeón, la cadena Blockbuster, la productora Paramount Pictures, así como las editoriales Pocket books y Free Press; **Vivendi Universal** es dueña de Universal Studios, participa en HBO como en Cinecanal. Posee la revista Rolling Stones, las editoriales Larousse, Nathan y Anaya, así como las compañías de música afiliadas a Universal Music. También participa en el negocio de las transnacionales de salas de cine; **Walt Disney Company** posee ABC, ESPN, The History Channel y todas las empresas de la marca Disney. Participa de canales de cable como A&E Television, ABC Family e E! Entertainment, así como del negocio de la producción y distribución de cine a través de Buena Vista, Miramax Films y Walt Disney Pictures (Carmona, 2007).

Por lo mismo, no es casual que los grandes conglomerados mediáticos se nieguen a un aumento de las regulaciones en el sector, gastando tiempo y recursos en presionar a los miembros del organismo responsable de tomar decisiones al respecto. León (2003) denunciaba esta situación citando los hallazgos arrojados por un estudio del Center for Public Integrity de Washington, según el cual comisionados y personal de la FCC habían recibido beneficios tales como pasajes aéreos o habitaciones en hoteles de lujo para asistir a reuniones con la industria, por un valor de

casi 2.8 millones de dólares, pagados por las grandes empresas mediáticas que supuestamente deben controlar. Asimismo, este estudio denunciaba una serie de reuniones a puertas cerradas entre propietarios o lobbistas de los grandes conglomerados mediáticos y miembros de la FCC, para discutir las regulaciones, incluyendo reuniones de cabildeo o lobby conjunto entre varios supuestos “competidores”.

Pero el problema no radica sólo en que los grandes medios de comunicación estadounidenses se encuentren cada vez en menos manos y tengan un discurso cada vez más homogéneo y propenso a sus intereses: a lo anterior deben agregarse las diversas relaciones de estos medios de comunicación con grandes empresas transnacionales que representan los intereses de las élites estadounidenses en distintas regiones del mundo. Una investigación publicada en el 2006 estableció que 118 miembros de las juntas directivas, consejos y directorios de las 10 grupos multimedia más importantes de Estados Unidos pertenecían simultáneamente a los directorios de otras 288 mega corporaciones transnacionales estadounidenses (Thornton, Walter y Rouse, 2006).

Esta conexión entre medios de comunicación e intereses privados en distintas áreas de la economía y la política tiene a su vez consecuencias sobre los contenidos, cada vez más orientados hacia la derecha y hacia el entretenimiento, lo cual se expresa en la ausencia de críticas a las políticas de liberalización económica, el conservadurismo moral o el armamentismo, así como en la traducción de la información a los formatos y ritmos del entretenimiento, todo ello enmarcado en el mito del consumidor soberano que con su libertad de elección decide los medios que alcanzan el éxito y los que no.

Los dueños de los grandes medios de hoy -así como los políticos y comentaristas que éstos contratan- argumentan que no hay necesidad de una regulación de los medios, ni de restricciones en su propiedad, y ni siquiera necesidad alguna de transmisiones públicas no comerciales, porque ahora habitamos en un mundo glorioso y de múltiples canales, donde los consumidores son reyes y reinas. Los propietarios de los medios no son los reyes; ellos son sirvientes, los sirvientes públicos. Nosotros los consumidores somos la nueva realeza porque controlamos el sistema (Cohen: 2002, s/p)

La principal perdedora de esta alianza entre medios corporativos y empresas corporativas es la calidad de la información, ya que el interés público queda supeditado a los diversos intereses

privados en juego.

Los grandes medios tienen que controlar sus gastos, por lo que ellos tratan de bajar sus costos de producción y por eso no investigan lo que está detrás de las historias. No hacen auténtica investigación. Primero, porque es caro tener a gente haciendo investigación. Lo segundo, la publicidad, que muchas veces está vinculada a grandes corporaciones. También pasa que por trabajar en los grandes medios la gente está conectada con gente importante y que después puede ser de fácil acceso para entrevistar -senadores, por ejemplo- pero ellos privilegian el acceso antes que hacer un buen trabajo informativo [original en inglés] (Nogueira, 2005)

Todo lo anterior hace que de parte de los grupos medioactivistas exista un diagnóstico lapidario respecto del rol que cumplen las grandes cadenas televisivas del país. En primer lugar, porque consideran que pueden hacer un trabajo periodístico de mejor calidad y con menos recursos; en segundo lugar porque ven a la televisión tradicional como la principal promotora de un discurso cínico a favor de las promesas de felicidad del capitalismo que oscurece tanto sus consecuencias negativas cada vez sobre un mayor número de personas endeudadas y desempleadas y sobre el medio ambiente, así como la crisis económica a la cual se dirige su sistema financiero basado en la especulación (Halleck, 2002). Para Kinoy (2005), “las corporaciones tratan de convertir a la gente en buenos consumidores, capaces de vivir en una sociedad corporativizada. Y lo que nosotros queremos hacer es generar imágenes que contraataquen esa propaganda [original en inglés]”.

Dentro del circuito de comunicación alternativa estadounidense, los centros de investigación y análisis confirman con estudios concretos los diversos sesgos en que incurren los medios corporativos y el modo en que ello puede estar afectando la construcción de percepciones y opiniones sobre temas de interés general:

Una de las cosas que hemos hecho en nuestros estudios es revisar un programa televisivo de noticias y viendo quienes eran entrevistados según género, edad, afiliación política. Llegamos a que los republicanos tienden a estar más representados que los demócratas; los conservadores que los liberales; la gente de color está muy subrepresentada [original en inglés] (Hollar, 2005)

De ahí la necesidad de un punto de vista informativo con unos referentes distintos: libre de intereses corporativos y libre de intereses comerciales, comprometido con la tarea informativa y respetuoso de las capacidades de las audiencias.

Estamos convencidos de que la información que la gente recibe no es necesariamente el tipo de información que pueda crear una conciencia democrática y que la gente pueda participar inteligentemente. Más bien todo lo contrario. La información que existe allá afuera es información que no respeta a la persona que está consumiendo ese tipo de información. Entonces como es muy bien presentada, obviamente nos tiene mucha ventaja. La información no es un tipo de información analítica, que la gente pueda consumir y digerir. Y ese es el tipo de información que nosotros queremos crear. Y buscar también maneras, espacios físicos y virtuales donde podamos propagar este tipo de información (Andrade, 2005)

En este sentido, lo que se plantean las experiencias del caso es demostrar el eventual **uso político** de la TV de acceso, en el sentido de utilizar un soporte que en sí mismo es tecnológicamente neutral para un propósito comunicacional que es a la vez crítico y transformador. Este uso político implica tanto un acercamiento distinto a la convergencia tecnológica -utilizar tecnologías avanzadas para aumentar el alcance de la crítica-, como el desarrollo de un trabajo en red que integra de manera mancomunada los esfuerzos de productores independientes y activistas. En síntesis, hacer activismo por medio de la televisión.

Esta es la senda por la que transitan Paper Tiger y Deep Dish, así como Freespeech, su continuación a nivel nacional.

Es el momento en que se empieza a hablar del monopolio de la comunicación. Y en ese momento, 1981, creo que eran como 50 compañías las que manejaban todo el país. Ahora son 6. Entonces es en forma de alarma. Pero también empieza a haber una sinergia entre la academia como tal y la persona que trabaja más a nivel popular. Entonces qué es lo que se puede hacer, cómo nos afecta esto. Yo creo que es no que empieza ahí, pero que la reflexión llega en un momento a la cúspide. En que la gente empieza a reflexionar. Igual surge el equipo portátil ... hay varios elementos que ayudan a que Paper Tiger surja como organización (Andrade, 2005)

La intención de Deep Dish TV es utilizar la televisión y ahora la internet como herramientas de cambio social y para la justicia social. Para la paz, para la justicia económica. Contra la represión de la policía, especialmente hacia la gente marginada en los Estados Unidos. Y por eso hemos creado casi 600 horas de televisión durante 20 años (Jourdan, 2005)

Tecnologías y profesionalización

En su sentido más original, los canales de acceso público aspiraban a usar la TV como medio de comunicación para la participación y empoderamiento de las comunidades locales sin la presencia intermediaria de profesionales, tales como periodistas, directores y productores (Engelman, 1996), de allí la importancia de la participación no experta en la producción y en la emisión de la programación y que tiene amparo institucional en los espacios de formación en medios y la disposición de equipamiento disponible para la comunidad que se exige a los administradores de cada canal de acceso público.

Los canales de acceso público descansan sobre la base de una democratización no sólo del acceso a la emisión, sino también a la formación previa requerida para manejar el equipamiento, la cual se expresa por medio de espacios de formación y entrenamiento en el uso de la tecnología audiovisual. El denominado *Media training* es parte constitutiva de los servicios que deben prestar las corporaciones encargadas de la administración de los canales de acceso público dentro de una determinada localidad.

Pero además de lo anterior, también los colectivos de videoactivismo desarrollan sus propios sistemas de entrenamiento y formación. De entre todos ellos, cabe destacar el “Paper Tiger Internship program” al cual puede postular gente de todo el mundo y que consiste en un programa de formación en un amplio rango de actividades tales como conseguir dinero para proyectos artísticos; cómo catalogar y archivar videoarte; distribución de videos; inscripción a festivales; organización comunitaria, planificación de eventos; diseño; edición de video; mercadeo y más.

Asimismo, en el caso de las experiencias revisadas en esta investigación, el trabajo en equipo entre autodidactas y profesionales del audiovisual se ha manifestado como una estrategia que ha

asegurado tanto la sustentabilidad como la legitimidad de los proyectos, tanto a nivel de las comunidades como también entre los videoactivistas. En el caso de Paper Tiger, se convierte en una marca identitaria atravesada tanto por la motivación política como artística.

No solamente lo vemos desde el punto de vista político, sino también desde el punto de vista artístico. Que el arte le pertenece a todos, no solamente a los que estudiaron, que pueden exhibir en el MOMA, -lo que se llama alta cultura. Porque todos tienen la capacidad de producir, todos tenemos la capacidad de participar en el movimiento de poner en las manos de las personas que no tienen acceso la idea de crear algún instrumento de cambio. Es ahí donde tenemos la columna vertebral de Paper Tiger. Tal vez el nivel de producción nuestro no es muy alto. Es lo que es, porque la gente que participa en la producción es gente que viene de todas partes (Andrade, 2005)

Pero incluso las experiencias revisadas han ido todavía más lejos al plantear también como parte integrante de la generación de contenidos a los actores sociales de base que están implementando procesos sociales transformadores de manera activa, conjugándose así el activismo mediático con el activismo social. Pero esto también ha sido resultado de los propios procesos de trabajo conjunto, que de pronto emergieron como una mejor estrategia de producción audiovisual.

“Sick and tired of Being sick and tired”[Enfermo y cansado de estar enfermo y cansado], una serie de Deep Dish sobre la reforma del sistema de salud, señaló una nueva estrategia para el canal. Más que apoyarse en los productores de video independientes, el equipo de DDTV habló con 98 organizaciones y grupos de activistas en salud para definir los temas de la serie. Diseñando los programas en torno a las agendas locales y nacionales de esos grupos, DDTV desarrolló programas hechos específicamente a la medida de las necesidades y preocupaciones de los activistas en temas de salud [Original en inglés] (Stein, 2001: 315)

De cualquier modo, no debe perderse de vista el hecho de que parte importante de las estrategias de profesionalización y de relación entre autodidactas y expertos que persisten en el caso estadounidense se nutrieron tanto de los aciertos como de los errores de la Guerrilla TV. Los errores de ésta operaron como fuente de aprendizaje sobre lo que **no** había que hacer en

este ámbito.

Organización interna

Como se ha señalado más arriba, los PEG channels o canales de acceso PEG (público, educativo y gubernamental) son el núcleo institucional de la experiencia norteamericana, aunque articulados con una institucionalidad que opera en niveles diversos.

Usualmente, los canales de acceso son administrados por los operadores de cable o por una tercera parte designada por la autoridad contratante (esto es, el ayuntamiento o municipio). La estructura típica de administración es el de corporaciones sin fines de lucro exentas del pago de impuestos y creadas específicamente para manejar los canales de acceso, las facilidades y equipamiento entregado, así como asegurar la provisión de los servicios de acceso. Cada corporación administra un centro de acceso, que aporta a la comunidad entrenamiento en el manejo de cámaras, la edición y producción de material audiovisual.

Algunas ventajas de esta estructura son las siguientes:

- El propósito primario no lucrativo asegura un uso amplio de los recursos de acceso
- Ha sido adquirido por muchas comunidades
- Los esfuerzos de operaciones y programación están más sintonizados con necesidades de la comunidad.
- Proporciona un acercamiento basado en la comunidad para la toma de decisiones
- Los miembros del directorio son representantes de la comunidad
- Se debe más a la comunidad
- Proporciona un grado de distanciamiento entre el gobierno local y la compañía de cable en el área de programación de contenidos
- Hace que los gobiernos se focalicen en el funcionamiento del acceso más que en el control de los contenidos y
- El status no lucrativo combinado con el acercamiento PEG dan más fuerza a proyectos y actividades especiales (Buske Group, s/f).

Entre los servicios procurados por las corporaciones de acceso se encuentran las siguientes:

- Operan los canales PEG de acceso
- Operan el centro de acceso
- Desarrollan reglas y procedimientos operativos
- Entrenamiento
- Retransmisiones
- Mantenimiento de equipos
- Promoción
- Administración de voluntariado (Buske Group, s/f)

Los experiencias del caso estadounidense trabajan de manera coordinada con los canales de acceso y también reproducen una fórmula descentralizada y no jerárquica de trabajo, pero que no sólo apunta a la gestión administrativa sino también a los aspectos técnicos y artísticos.

PTTV, por ejemplo, trabaja bajo la forma de colectivo donde las decisiones se toman con consenso. Dentro del colectivo, un grupo muy pequeño de personas está contratada a tiempo parcial para ver las tareas del día a día; alrededor funciona un grupo más amplio de voluntarios (15 en el 2005) al cual se exige un mínimo de dos horas de trabajo a la semana. Este sistema de trabajo funciona, pero no está exento de las tensiones impuestas por una gran carga de trabajo apoyada sobre la irregular disponibilidad de tiempo de muchas personas. El equipo de trabajo está compuesto por personas de edades, razas y profesiones distintas, por nombrar algunos elementos de su diversidad.

Somos dos personas las que trabajamos aquí y la gran mayoría del grupo de voluntarios tiene sus propios trabajos, tiene su propia vida. Y entonces muchas veces la gente asume cierto papel y a veces no puede cumplir. Entonces siempre termina en nuestras manos, nuevamente. Y nosotros trabajamos sólo dos días a la semana, entonces es un poco complicado. Es un proceso riquísimo, porque es trabajar con un grupo de personas tan grande, tan dedicada -no hay ninguna persona en este colectivo que no esté completamente dedicada a lo que hacemos- pero igual tiene sus retos. Es difícil porque no es solamente venir a la reunión, es amar a Paper Tiger (risas) (Andrade, 2005)

En términos de estructura organizacional, PTTV cuenta con 3 unidades -financiamiento, distribución, producciones- y 3 coordinadores – de administración y desarrollo, de distribución

y de asistencia-. Sus proyectos pueden surgir de alianzas con comunidades de base para desarrollar juntas un audiovisual o surgir como iniciativa propia, siguiendo la contingencia de los debates presentes en la agenda pública.

En DDTV la organización interna como la planificación de sus acciones también refleja la visión de la democracia participativa defendida por los videoactivistas, ofreciendo un modelo de producción mediática colaborativa y de base y, a un nivel más amplio, un modelo para reorganizar la sociedad. El proceso de trabajo parte de la consulta a los productores audiovisuales de base de todo el país para que sugieran ideas con respecto a posibles programas o series de programas, basados en una idea o tema dominante. El equipo de Deep Dish entonces anuncia el tema y se envían cartas a los canales de cable de acceso público y a los productores de base a través de Estados Unidos preguntando si pueden contribuir. Coordinadores de producción representantes de diversas regiones y orígenes son seleccionados para editar y convertir en programas terminados de 28 minutos listos para su transmisión (distribuidas en dos temporadas anuales de 16 capítulos cada una) las contribuciones que llegan. Este formato capacita a los aficionados y activistas que pueden crear un segmento de 5 minutos pero que carecen del tiempo, las herramientas y los recursos para producir un programa completo. De esta manera Deep Dish apoya un compromiso con la participación y la televisión inclusiva (Ouellette, 1995).

Aunque DDTV cuenta con un directorio y un grupo nuclear de trabajo de más o menos 6 personas, parte importante de aquello que caracteriza a Deep Dish se encuentra en el amplio conjunto de productores audiovisuales independientes y/o comunitarios que actúan como red de voluntariado. Sin embargo, el nivel de democracia actual también ha sido parte de un proceso de ensayo y error, donde la productora ha pasado de una estructura más jerárquica y con énfasis profesional a una estructura menos jerárquica y más abierta en términos del tipo de liderazgo.

Dificultades recientes con los fondos y en el staff, así como el quiebre en la producción de las series ha precipitado la reestructuración del equipo. Por muchos años, las posiciones en este habían estado organizadas jerárquicamente, con un director ejecutivo, un director de programas y un jefe de operaciones. Actualmente, el trabajo del equipo está siendo reorganizado dentro de una estructura menos jerárquica y está siendo establecido un grupo de apoyo con base en Nueva York para proporcionar trabajo voluntario y otros recursos al staff [original en inglés] (Stein, 2001: 314)

Finalmente, con respecto a FSTV, se puede afirmar que su estructura organizativa no se diferencia de la de cualquier canal de televisión tradicional: está estructurada en base a 5 departamentos (administración, desarrollo, operaciones, programación e informática). Sin embargo, hay algo interesante en las estrategias de involucramiento que usa FSTV para atraer a más gente de las distintas comunidades a las cuales llega, pues mezcla estrategias propias del sector comunitario tales como el voluntariado o el patrocinio comunitario con otras propias de la cultura estadounidense como es la idea de invitar a sus audiencias a montar exposiciones caseras sobre qué es y cómo funciona FSTV, en el estilo de las antiguas presentaciones de los productos *Tupperware*²⁴.

Sustentabilidad institucional

Políticas de comunicación en general

La historia legislativa estadounidense en materia de comunicación parece venir de un proceso de mayor protección a uno de menor protección, tanto del servicio público como de los sectores locales e independientes, en favor del sector privado y comercial; un proceso de cada vez mayor apertura al sector privado que ha coexistido con tímidos intentos de fortalecimiento al sector público no estatal y de la sociedad civil, que no han logrado estar a la altura de los medios privados, ni por recursos ni por rating.

El primer antecedente de sustento jurídico de los canales de acceso público es la Primera Enmienda de la Constitución relativa a la libertad de expresión y que consta en el ordenamiento jurídico estadounidense desde 1788 (Engelman, 1996).

La Primera Enmienda dispone, en una de sus partes, que “el Congreso no promulgará ley alguna ... que menoscabe la libertad de expresión, o la libertad de prensa...” (EUA, 1977:8). Esa protección ante el control del gobierno federal significó en un principio que cualquier persona rica o pobre, independientemente de sus creencias políticas o religiosas podía publicar o sostener públicamente lo que quisiera.

²⁴ <http://www.freespeech.org/html/involve.shtml>

Junto a este precepto constitucional que ha permeado históricamente todo el desarrollo del sistema de medios del país, otro factor clave en términos de institucionalidad lo constituye la Federal Communications Commission (FCC).

La FCC opera como organismo regulador de alcance nacional en el ámbito de las telecomunicaciones. Está a cargo de la administración del espectro (y su subasta, después del Acta de Telecomunicaciones de 1996), mediante la distribución de licencias de radio y TV. Escribe regulaciones de naturaleza técnica o administrativa. Pero no dicta leyes o estatutos. Tampoco establece metas políticas. Su política es dirigida mediante leyes dictadas por el Congreso. La FCC administra esas leyes y también depende de la cámara de representantes para su financiación (Tridish y Redden, s/f)

Está compuesta de cinco miembros nombrados por cinco años: de ellos, no pueden ser más de tres de la misma tendencia política, y se renuevan en razón de uno por año. Como los miembros de otras agencias, los de la FCC son nombrados por el Presidente con el acuerdo (raramente rechazado) del Senado. Según Bertrand (1996: 46) “habitualmente se trata más bien de personas con las que el Presidente tiene deudas políticas que de personas elegidas por sus competencias”. Estos cinco miembros provienen de la industria de las comunicaciones, equipos influyentes del Congreso o funcionarios de partidos, al punto que para Segovia (2001, 94) “la FCC ha dispuesto una especie de puerta “giratoria” entre la industria y la agencia reguladora para expertos y administrativos de alto nivel”.

Respecto de sus competencias, si bien puede llevar a revocar licencias así como a impedir la concentración, en la práctica las licencias se renuevan de manera automática en la mayoría de los casos, mientras que si alguien o una compañía viola una regulación, es muy difícil que se tomen decisiones irrevocables al respecto, pues se pasa antes por una serie de advertencias y requerimientos. “Una emisora que desprecie el servicio público no teme, pues, gran cosa” (Bertrand, 1996: 51).

De allí que con frecuencia se acuse a la FCC de adoptar posturas en defensa de los grandes medios, que han llegado a transformar la constitucionalidad de muchas regulaciones de la FCC.

En el marco de la defensa de los medios establecidos, la FCC ha escuchado

siempre a los más fuertes. Se ha preocupado muy poco del crecimiento de los grupos multimedia [...] Para que cambiara su postura, ha sido necesaria la frecuente intervención de los tribunales o del Congreso (Bertrand, 1996: 50)

A pesar de tantos supuestos controles, la actuación de la FCC ha sido puesta en entredicho desde prácticamente todos los ámbitos [...] Sin embargo, la crítica más común es que la Comisión no sirve al interés público, sino a los intereses privados de las compañías a las que tiene que regular (Segovia, 2001: 94)

Dos hitos que marcan el auge y declive de la ecuanimidad de la FCC en su relación con los distintos sectores del sistema de medios estadounidense han sido la abolición de la Regla de Equidad (Fainness Doctrine) en los 80s y la implementación del Acta de Telecomunicaciones de 1996.

La Regla de Equidad -muy en concordancia con la Primera Enmienda- fue implantada en 1949, estableciendo que (a) todos los grandes problemas de actualidad debían ser tratados en antena, y (b) se debían presentar los diversos puntos de vista, y si la emisora no quería hacerlo, debía abrir su antena a otros para que lo hicieran. Esta doctrina fue abolida en 1987 por la FCC, durante al administración Reagan, convirtiéndose en una de las expresiones más concretas del desmantelamiento de toda regulación que obligara a los radiodifusores a actuar como depositarios de un bien público (Segovia, 2001).

El acta de telecomunicaciones de 1996, es una ley basada en la presunta efectividad de la competitividad y desregulación de los años 80s -supuestos ambos cuestionables dadas las estrechas relaciones de todo orden entre los “competidores”-, con cuya aprobación la diversidad se ha convertido cada vez más en un espejismo y las leyes de regulación de propiedad en unos límites de facto, que se adecúan a las necesidades de las empresas ya existentes. Ha sido muy criticada por su tono extremadamente mercantilizador y promotor de la privatización del sistema de comunicaciones estadounidense, al punto de poner en cuestión la misma existencia del concepto de servicio público, al ceder a las empresas de telecomunicaciones no sólo la administración del espectro sino también su propiedad por medio de la venta (Segovia, 2001).

Concretamente, esta ley mandató a la FCC a revisar sus regulaciones de radiodifusión cada dos años en una lógica donde se pone la libre competencia por encima del servicio público. Estas

revisiones dan lugar a que los Tribunales recojan las argumentaciones de los demandantes -en general grandes medios de comunicación o grupos corporativos-, paralizando así nuevas reglas o demandando mayor justificación mediante la presentación de evidencias.

La ley de 1996 (Telecommunications Act) marca un nuevo período en la regulación de la radio y de la televisión norteamericanas. Hasta esta ley, se presuponía que las normas propuestas por la FCC eran correctas. Sin embargo, a partir de esta fecha, incumbe a la FCC demostrar que lo son, ya que a partir de esta fecha se establece la necesidad de revisión bianual de las normas [...] Esta peculiaridad de la regulación norteamericana es un mecanismo perverso, en tanto en cuanto los Tribunales únicamente demandan cambios, ya que ellos mismos no aportan argumentaciones nuevas y colocan a la FCC en una continua búsqueda de evidencias y de argumentos empíricos, no siempre existentes (Miguel, 2006)

Si bien ninguna regulación se ha eliminado, las modificaciones han abierto efectivamente la vía a una mayor concentración. La ley prevé, en principio, que las radiodifusoras tienen la obligación de servir el interés público y asegurar la programación local y la diversidad de voces; la FCC tiene la responsabilidad de implementar regulaciones que lo garanticen. Sin embargo, ese mismo año el gobierno abrió un concurso de concesión de frecuencias por anticipado para uso inalámbrico, que garantizaba a los ganadores la propiedad y no sólo su administración y correcto uso (León, 2003).

Pero la revisión de la regulación correspondiente al 2002 tuvo un vuelco inesperado tanto para la FCC como para los grandes medios corporativos. La propuesta legislativa que iba a aprobarse ese año incluía el cambio en 6 leyes relacionadas con la propiedad de los medios, cuya aprobación iba a significar una mayor concentración. Pero las distintas agencias y medios vinculadas al circuito de la comunicación alternativa estadounidense ya se habían puesto alertas el año anterior, cuando Bush había nombrado al hijo de Colin Powell como máxima autoridad de la FCC, por lo que ante el anuncio de los cambios legislativos a favor de la desregulación y la concentración, el Movimiento por la Reforma de los Medios que había permanecido históricamente en un plano discreto e imperceptible tomó un impulso nunca antes visto, convocando a los ciudadanos comunes y corrientes a escribir a la FCC reclamando la no aprobación de estas nuevas leyes.

En efecto, la campaña surgió desde las radios piratas, que en un intento de retrucar con ironía unas declaraciones de Powell sobre el hecho de que “ningún ángel del interés público había venido a su oficina a explicar lo que era tal cosa”, empezaron la lucha con una manifestación denominada “los ángeles del poder público”: 50 personas vestidas de ángeles llegaron a la oficina de la FCC con una bola de cristal para ver el futuro y se presentaron diciendo “somos los ángeles y como tú dijiste que no sabes qué es el interés público, estamos aquí para decírtelo y si todavía no estás convencido puedes mirar dentro de esta bola” (Constanza, 2006).

Entre 2002 y 2003 la FCC y el Congreso recibieron en total más de tres millones de cartas exigiendo que se mantuvieran los controles contra el monopolio de los medios. Incluso algunos observadores se animaron a señalar que la propiedad de los medios había sido el segundo tema más discutido por los contribuyentes durante 2003, superado únicamente por la Guerra en Irak (McChesney y Nichols, 2003).

El resultado del movimiento fue que si bien la norma resultó aprobada en 2003 por la mayoría republicana en la FCC, los legisladores tomaron cuentas en el asunto ante la presión popular hasta revertir la propuesta y suspender su aprobación. Asimismo, el movimiento también dejó tras de sí un importante aprendizaje sobre el poder de la sociedad civil organizada cuando trabaja de manera coordinada y con capacidad para movilizar recursos materiales y humanos, por medio de circuitos de distribución novedosos.

Para quienes han estudiado este movimiento pro – democratización de los medios surgido de la sociedad civil, hay 5 principales razones que explican su masividad y su éxito, a saber: las colaboraciones informales entre organizaciones, nacionales y de base, intercambiando recursos y conocimiento y ampliando la red hacia organizaciones con mayor influencia política como académicos, periodistas o partidos progresistas; la redistribución de ayudas obtenidas por algunas organizaciones hacia otras; el trabajo extra de contratados y voluntarios de las organizaciones; la explotación de los recursos que permite internet para informar, debatir, participar, etc; y la implementación de otra serie de estrategias que incluían acciones legales y legislativas (Tucho, 2006)

Actualmente, la Campaña por la Reforma de los Medios sigue gozando de buena salud y

acredita cuatro conferencias nacionales: 2003, 2005, 2007 y 2008²⁵. Mientras la primera conferencia consiguió reunir a 1.700 asistentes, la tercera superó los 3.500. Si bien el cuestionamiento del rol regulador de la FCC fue el gatillador de esta etapa de fortalecimiento, con el tiempo la Campaña también ha servido para integrar los intereses tanto de diversos proyectos de comunicación alternativa como los de los medios públicos (e incluso también organizaciones religiosas o conservadoras), que también están siendo desprovistos de poder e influencia producto de la orientación que han ido tomando las políticas de comunicación en el país. Como señala Constanza (2006) “las organizaciones provenían de diferentes perspectivas políticas pero todas estaban de acuerdo en que no querían que una sola empresa controle todos los medios masivos, o sea era una alianza extraña pero efectiva”.

La actual campaña “save the public access”²⁶ y su simil “save the internet”²⁷ son herederas de este gran impulso surgido años atrás. Nuevamente, el foco de debate son las nuevas regulaciones de las telecomunicaciones, pero ahora específicamente referidas al modo en que su privatización podría llegar a afectar a los canales de acceso, núcleo de la televisión comunitaria estadounidense, en el contexto de la digitalización.

A pesar de las esperanzas que abriga la campaña por la Reforma de los medios, la batalla por el control del sistema de medios es una pelea sin fin en Estados Unidos. En diciembre de 2007, la FCC eliminó la prohibición de la propiedad simultánea de emisoras y periódicos, argumentado que esta medida salvaba a los periódicos, principalmente aquellos de alcance local. Desde el circuito de comunicación alternativa, esta nueva desregulación no se vió más que como “un regalo de Navidad de la FCC a los grandes medios de comunicación” (Goodman, 2007).

Institucionalidad para los medios del tercer sector

Los canales de cable de acceso público

Las experiencias que conforman el caso estadounidense están basadas en unas condiciones facilitadas por una legislación que en términos de contenidos no está dirigida a promover necesariamente la comunicación alternativa, pero en la medida que tampoco la restringe, ha

²⁵ <http://www.freepress.net/>

²⁶ <http://saveaccess.org/>

²⁷ <http://www.savetheinternet.com/>

generado algunas fisuras que los medioactivistas han sabido utilizar a su favor no exentos de una alta dosis de resistencia estructural, considerando el poder e influencia de las grandes corporaciones mediáticas en este país. Lo que es interesante, sin embargo, es el *sentido de oportunidad* o visión estratégica que han tenido personajes visionarios vinculados a las experiencias del caso, en el sentido de utilizar la legislación a favor de su propio desarrollo.

Los canales de acceso constituyen el núcleo de la institucionalidad para el tercer sector de la comunicación en el ámbito televisivo estadounidense; aunque su base es eminentemente local, lo que lo hace alternativo es el modo en que los videoactivistas y luego los movimientos de base han sabido apropiarse de estas condiciones generales para convertirlas en herramientas para transmitir sus puntos de vista y que estos formen parte del debate público en una relativa igualdad de condiciones respecto de los grupos que se encuentran vinculados a los medios convencionales.

Al respecto, hay 4 leyes de comunicación (*Communication Acts*) donde se puede observar las facilidades como dificultades que han debido sortear los canales de acceso, con sus respectivas consecuencias sobre las experiencias del caso.

El acta de 1972 (Cable Television Act), estableció que los cableoperadores más grandes (todos los sistemas de cable en los 100 mercados televisivos más importantes de Estados Unidos) entregarán al poder local correspondiente (municipio, condado, etc) la administración y gestión de 3 frecuencias para permitir la existencia de canales de acceso, junto con equipamiento y facilidades de emisión como compensación al uso de la infraestructura pública (calles, carreteras, parques) derivada del cableado. El acta aseguraba que cualquier grupo de individuos que quisiera usar los canales tuviera garantizado el acceso a ellos como emisores (Rivkin, 1973). En 1976, una ampliación de la normativa obligó a los cableoperadores a generar canales de acceso para todas las comunidades con más de 3.500 suscriptores.

Se establecieron canales de acceso de tres tipos: público, educativo o gubernamental (PEG). Los canales educativos se destinaron a la educación a distancia o como complemento educativo de la labor de high schools o colleges. Los canales gubernamentales se abocaron a la cobertura de la administración local y la labor de sus distintos organismos. Y los canales de acceso público brindaron espacio para la expresión de los grupos de la comunidad, tales como iglesias, grupos juveniles, cámaras de comercio, organizaciones cívicas, grupos políticos, comunidades

culturales, grupos comunitarios sin fines de lucro, organizaciones de vecinos, agencias de servicio social y ciudadanos individuales. En síntesis, los canales de acceso público quedaban disponibles para el uso público en general.

El temprano apoyo del gobierno y de la industria llevo a muchas comunidades a pensar que podían confiar en las buenas intenciones de los cableoperadores para ofrecer recursos y facilidades, fondos adecuados para las operaciones de la televisión de acceso y, en algunos casos, para manejar los canales de acceso público. Sin embargo, ya en 1979 emergieron las primeras señales en sentido contrario cuando una empresa de cable estableció y ganó un juicio contra la FCC por considerar que el acta de 1972 había excedido la jurisdicción de la FCC. El juicio FCC vs. Midwest Video Corporation, fue un primer golpe al mandato de acceso público: de ahora en adelante, la televisión de acceso podría sobrevivir sólo en las comunidades que influyeran sobre sus gobiernos municipales para incluir cláusulas de acceso público en los contratos con la televisión de cable.

Una vez que la FCC se replegó y que los contratos municipales de los cableoperadores estuvieron a salvo, muchos de estos vieron pocas razones para apoyar los canales de acceso público. Además, mientras el cable había sido ofrecido como un negocio y una tecnología localmente orientada, la industria vió el localismo como un obstáculo a ser superado [original en inglés] (Stein, 2001: 302)

Las Cable Act de 1984 y 1992 permitieron a los gobiernos locales incluir y reforzar requerimientos de equipamiento, facilidades de servicios y soporte para los canales de acceso en los contratos con las cableoperadoras. Pero la Cable Act de 1992 puso en cuestión el rol de la televisión de acceso como un foro público, al hacer responsables a los operadores de cable de los contenidos indecentes en los programas, en vez de al público.

A raíz de lo anterior, en 1996 se produjo un nuevo juicio contra la FCC de parte de una cableoperadora: el caso Denver Area Educational Telecommunications Consortium vs. FCC. En esta ocasión, aunque la decisión de la Corte favoreció en cierto modo a los canales de acceso -al establecer que el acceso público había sido supervisado adecuadamente desde su origen y que la nueva ley no permitía alterar la relación establecida entre regulaciones municipales, regulación federal y contratos privados-, la corte rechazó decidir si la televisión de acceso debía ser tratada

como un foro público en el que los programadores tienen derecho a la libertad de expresión. Sin embargo, los conceptos de programación “obscena” o “indecente”, así como el de “discursos de odio”, ya habían ensuciado la imagen de la televisión de acceso, alejando a posibles partidarios del acceso público e incitando a varias comunidades a cuestionar su deseo de mantener una estación de televisión de acceso (Stein, 2001).

A pesar de los juicios montados por las operadoras de cable contra la FCC a causa de los canales de acceso, estos últimos no están mandados por la FCC. Aunque en la la acta de telecomunicaciones de 1984 se intentó crear regulaciones uniformes para los contenidos de acceso público, sigue siendo inconstitucional prohibir en los canales de acceso la emisión de programas que contengan material obsceno, conductas sexualmente implícitas o indecencia, desnudos o material que promueva conductas fuera de la ley. Si bien los operadores de cable no pueden controlar el contenido de los PEGs, lo que sí pueden hacer es rehusarse a transmitir un programa de acceso público o una porción de él si creen razonablemente que contiene obscenidad. Asimismo, si un canal PEG no es usado para su propósito original puede ser usado por los cableoperadores (bajo autorización de la autoridad contratante) para otro uso (privado) (Buske Group, s/f).

Luego de 35 años de existencia la institucionalidad de los canales de acceso público también ha recibido críticas en el sentido de no cumplir con el propósito original de su creación. Es así como Klein (2006) señala que no obstante los principales objetivos de los canales de acceso fueron el desarrollo de la libertad de expresión y el cambio social, en la práctica este segundo objetivo ha sido más complejo de conseguir debido al control que ejercen las instituciones locales, que han creado una casta de administradores y otra de productores que obstruyen el propósito de cambio social al impedir el recambio generacional. Estas condiciones lo convierten en un soporte poco utilizado por los activistas. También crítica la fragmentación geográfica de los canales, que no contribuye al uso eficiente de los recursos financieros que cada uno de ellos recibe anualmente; asimismo su énfasis en la tecnología del video tampoco facilita el acceso a las producciones por parte de las audiencias locales.

Institucionalidad de apoyo en el ámbito cultural y artístico

Junto al núcleo institucional basado en las políticas de canales de acceso, hay una serie de otras

instituciones que en el caso estadounidense operan como un soporte importante y necesario para asegurar la sustentabilidad de las experiencias.

La Independent Television Service (ITVS)

Históricamente, las estaciones y productores más pequeños excluidos de la televisión comercial y tradicionalmente constreñidos en los formatos de cable, reclamaban que la PBS -su último resorte y la única vía para las películas de autor- los menospreciaba. Argumentaban, asimismo, que su trabajo ejemplificaba la diversidad de puntos de vista y perspectivas celebradas en la Primera Enmienda.

Por esta razón, en 1988 el Congreso aprobó la legislación que ordenaba a la Corporation of Public Broadcasting a negociar con una coalición nacional de grupos de productores independientes para establecer la Independent Television Service (ITVS) con la misión específica de apoyar el trabajo audiovisual innovador orientado hacia audiencias específicas y servir a tres partes: el público televidente, la comunidad de medios independientes y el sistema público televisivo (Aufderheide, 2004).

En 1991, ITVS abrió sus puertas, distribuyendo aproximadamente \$6 millones de dólares anualmente para los productores independientes.

Para ser favorecido con los fondos de ITVS se exigen requisitos mínimos: ser mayor de 18 años, ser un ciudadano o residente legal en los Estados Unidos o sus territorios externos y tener alguna experiencia previa como productor de cine o televisión demostrable con la cinta del mismo.

La ITVS es una de las fuentes institucionales de apoyo financiero a los productores audiovisuales independientes y comunitarios vinculados al acceso público. Sin embargo, su evaluación es controvertida por parte de los mismos beneficiarios.

Dee dee Halleck fue parte de la comisión encargada de dar vida a la ITVS. Formó parte de la concepción original de la institución y al ver su desarrollo posterior reconoce en ella limitaciones similares a las que originalmente planteó la televisión pública (PBS).

Más que ser un triunfo para los independientes y un catalizador para el cambio dentro de la televisión en los Estados Unidos, ITVS es temeroso de las críticas de la derecha y depende de la aprobación de la burocracia de la televisión pública que está fundamentalmente distanciada de los productores independientes. Este lamentable estado del asunto es particularmente triste debido a que ITVS fue creada por la comunidad independiente de orientación progresista a través de rigurosos esfuerzos de organizaciones de medios de carácter local, regional y nacional. ITVS ha abandonado virtualmente el campo que lo creó, debilitando su conformación por todas las batallas que ha debido sostener. Debido a que los recursos de producción que son entregados a ITVS desde CPB son vistos a los ojos de la estructura de poder de PBS como fondos que son desviados de sus propios legítimas donaciones, PBS no está por promover la programación de ITVS y gusta de hacer sentir a los empleados de ITVS incómodos y humillados [original en inglés] (Halleck, 2002: 280).

Pero a pesar de las críticas, ITVS sigue siendo una fuente a la que podrían acceder los videoactivistas y los productores audiovisuales independientes interesados en producir programación en el contexto de los canales de acceso.

Council of Arts

Los Consejos de Artes de cada Estado son instituciones públicas que también apoyan a las experiencias de producción audiovisual independiente o directamente a canales de acceso público. Uno de los Consejos históricamente más comprometidos con la producción audiovisual independiente y alternativa es el de Nueva York²⁸, ciudad donde se afincan Paper Tiger y Deep Dish, a quienes ha apoyado económicamente a lo largo de los años (Stein, 2001).

Legislación sobre fundaciones sin fines de lucro

Free Speech opera como una organización sin fines de lucro del tipo 501(c)3 (organizaciones con propósitos religiosos, de caridad, científicos y educativos), de acuerdo a la legislación estadounidense. Un dato interesante a destacar para efectos del caso, es que según la legislación

²⁸ <http://www.nysca.org/>

este tipo de organizaciones están prohibidas de conducir actividades de campaña política para influenciar las elecciones a las oficinas públicas. Pero se les permite conducir una cantidad limitada de cabildeo o lobby para influenciar la legislación. Asimismo, este tipo de organizaciones están autorizadas a entregar formación sobre distintos tópicos o financiar investigaciones que apoyen una posición política sin abogar abiertamente por una posición determinada en un proyecto de ley específico²⁹. Estas posibilidades legales de incidencia política son interesantes de destacar, considerando el alcance que tiene una televisión de alcance nacional que se define a sí misma como “progresista”.

Digitalización

En principio, la digitalización no afecta a los canales de acceso público, toda vez que estos operan bajo la lógica del *must carry* (los operadores de cable están obligados a distribuirlos); sin embargo, por esta misma obligatoriedad hay amenazas permanentes por el lado de las operadoras de cable que quisieran utilizar esas frecuencias con fines más lucrativos y también por el lado de las nuevas leyes en materia de comunicación que cada vez facilitan más la concentración y la liberalización comercial en desmedro del servicio público y el acceso universal.

En efecto, una de las consecuencias de la digitalización es que las compañías de teléfonos están entrando a competir directamente con las compañías operadoras de cable en la distribución de videos (además de otros servicios de comunicación). Sin embargo, para ello no quieren jugar con las mismas reglas del juego que tuvieron las compañías de cable en el pasado, sobre todo a nivel local, en virtud de la Cable Act de 1972 (la que permitió la emergencia de los canales de acceso). Ahora, las compañías telefónicas quieren elegir por ellas mismas y en virtud de sus intereses (y no del acceso universal) cuáles son los barrios a los cuales prestarán servicios, saltándose los derechos públicos de uso. Adicionalmente, quieren negociar franquicias a nivel nacional, evitando crear contratos específicos de franquicia con cada ciudad, y substrayéndose así de cualquier control y poder de negociación que la ciudad podría tener en la construcción de las nuevas redes, ya que esto les resulta conveniente para competir en el sector de la televisión de pago, un nuevo nicho en el cual quieren entrar: :

A las compañías telefónicas les gustaría empezar a ofrecer servicios de vídeo

²⁹ <http://www.irs.gov/charities/charitable/article/0,,id=155030,00.html>

para competir con la televisión de cable. Sin embargo, dicen que el proceso local de otorgamiento de una franquicia es demasiado gravoso, que podría tomar décadas negociar miles de franquicias locales. Esta ley crearía una franquicia nacional que ampararía bajo un solo estándar a cada comunidad en América [original en inglés] (Tactical Media Group, 2006)

Aunque compiten entre sí, las operadoras de cable finalmente también tienden a estar de acuerdo con la demanda de las compañías de teléfonos respecto de eliminar los acuerdos locales para la provisión de servicios de telecomunicaciones.

En el ámbito legislativo, la demanda de ambas industrias ha tenido eco en el Congreso, con la llamada COPE act o también conocida como Barton Bill o Barton COPE Act, ya sea por una abreviación de su título (*Communications Opportunity, Promotion, and Enhancement*) o por el apellido del senador que la ha promocionado (Joe Barton).

La Barton Cope Act proponía remover el control municipal local sobre el derecho de uso de espacios públicos y remueve las voces locales de los procesos de negociación para los contratos de las operadoras de cable a nivel local, lo cual autorizaría a las empresas de telecomunicaciones a introducir servicios nuevos sólo en las áreas que son altamente provechosas para ellos en términos comerciales y a pasar por alto áreas rurales, pobres o pequeñas, por lo que en síntesis la COPE Act aumentaba la brecha digital y dejaba en una posición de profunda fragilidad a los canales de acceso.

Asimismo, tampoco garantizaba la *Net Neutrality*. Por lo que con esta ley, las empresas proveedoras de internet podrían haber creado un sistema escalonado donde el contenido que ellos favorecieran (de sus asociados y sus propios servicios) fuera rápidamente accesibles, en desmedro de otros contenidos que viajarían a menor velocidad.

Contra ambas medidas luchan respectivamente las campañas de la sociedad civil que buscan salvar al acceso y asegurar la neutralidad, independencia y velocidad de internet. Ambas campañas buscan repetir el éxito de la campaña de 2003 del movimiento por la Reforma de los Medios cuando aún estando aprobada la ley, lograron paralizar su implementación.

Y si bien la COPE Act entró al Congreso con enmiendas mínimas, la versión de la ley

desarrollada por el Senado nunca recibió la atención total de éste, por lo que la ley quedó estancada y para volver a ser discutida tendrá que volver a empezar el mismo procedimiento (Freepress, s/f).

Pero lo anterior no exime la amenaza permanente. Entre los canales de acceso se ve con poca claridad lo que implicarán todas estas nuevas medidas en caso de ser implementadas.

Para nosotros es el fin de como estamos ahora. Puede ser que vamos a continuar de otra forma -supongo que lo haremos, no vamos a desaparecer- pero no sé cómo vamos a aparecer en cinco años. Va a ser una cosa un poco distinta. Con menos recursos, con esto del internet y todo eso (Lucas, 2005)

Para algunos investigadores del acceso, la tecnología digital podría ser “la” oportunidad para que estos canales cumplan con su cometido original de medios comunitarios. La convergencia y la banda ancha, junto a otros atributos (bajo costo, fácil de usar, uso a demanda) permitiría utilizar la tecnología digital como un soporte que complemente a la televisión de cable con el propósito de hacer un uso más eficiente de las posibilidades que brinda esta última. La tecnología digital sería un aporte sobre todo, en el aumento del alcance de la producción no sólo a una comunidad geográfica delimitada, sino que también a comunidades de intereses distribuidas en ámbitos territoriales más amplios (Klein, 2005).

Finalmente, respecto del grupo específico de productores audiovisuales independientes, los desafíos que implican para ellos las nuevas plataformas digitales (podcasting, peer to peer, video blogs, video on demand y otros) y el modo en que estas nuevas plataformas pueden estar incidiendo en su negociación con los medios públicos en general, constituye un campo abierto donde por el momento audiovisualistas y canales públicos han luchado por separado para obtener ventajas y encontrar nuevas oportunidades para sus propios intereses, siendo todavía incipiente un proceso de trabajo conjunto (Aufderheide, 2006).

Sustentabilidad financiera

Estrategias de financiamiento y distribución

Una particularidad de la experiencia estadounidense es que debido a la ausencia de un sistema

de comunicación público operado desde el Estado, los canales de acceso dependen fuertemente de 3 fuentes de apoyo no – gubernamental. En primer lugar, fundaciones privadas interesadas en financiar programas experimentales e iniciativas de política pública. En segundo lugar, la industria de la televisión por cable; y en tercer lugar, las propias comunidades en las cuales se encuentran. Estas últimas, tanto por la influencia que puedan llegar a tener en las negociaciones con las empresas de cable, como por su apoyo financiero por medio del consumo privado de la oferta alternativa disponible.

Con respecto al financiamiento, los fondos de los canales PEGs relativos a equipamiento provienen de los impuestos que reciben de los contratos que establecen los gobiernos locales con los operadores de cable como compensación por el uso de propiedad pública (calles, campos, etc). Sin embargo, estos contratos no permiten cobrar a las operadoras más del 5% de su cifra de negocios (Bertrand, 1996).

Por su parte, los fondos para los servicios de acceso son proporcionados por el gobierno local. Aunque todas las comunidades reciben estos fondos, no todos los usan para generar canales de acceso, puesto que no hay una ley federal que obligue a ello, por lo que esto dependerá de quién tenga más fuerza en la disputa entre los operadores de cable y los gobiernos locales. De acuerdo a datos recientes, sólo tienen canales de acceso entre el 10 y el 15% de las comunidades. Asimismo, estos canales no acostumbran a recibir financiamiento por publicidad. Generalmente no transmiten spot comerciales ni infomerciales pues no están autorizados para ello.

Según Klein (2006) en el 2001 los canales de cable de acceso recibieron en total 120 millones de dólares, aunque en promedio reciben entre 100 mil y 200 mil al año cada uno.

Uno de los problemas más críticos e inmediatos de los proyectos de acceso público es el financiamiento. Aún reconociendo que los costos de producir la programación de acceso son minúsculos en comparación con los medios comerciales e incluso con la PBS, el caso estadounidense muestra que el acceso a la mera tecnología no implica automáticamente el acceso a un modo de comunicación ni a ser reconocido como un actor de la esfera pública (Garnham, 1980 citado en Stein, 2001).

Los colectivos que actúan asociados a estos canales de acceso reciben financiamiento de múltiples fuentes.

Paper Tiger TV recibe fondos de las siguientes fuentes:

- Donantes individuales
- The ADCO Foundation
- Citizens for NYC
- The Experimental Television Center
- Manhattan Neighborhood Network
- New York City Department of Cultural Affairs
- New York State Council on the Arts
- North Star Foundation
- The Rose and Sherle Wagner Foundation³⁰

Como puede observarse, las fundaciones privadas constituyen la fuente de financiación más importante de Paper Tiger. Pero aún así, sus entradas se han resentido con posterioridad al 11 de septiembre del 2001, sobre todo aquellas relacionadas con las agencias de financiamiento de arte de Nueva York y con las universidades, lo cual forma parte de un desafío urgente por mantener o intensificar otros canales de distribución que permitan la sustentabilidad financiera de la experiencia.

Igual como todo, la economía sufrió un cambio severo después del 11 de septiembre y la distribución bajó mucho. Las universidades -que son las que compran la mayoría de los videos- los presupuestos se redujeron. Entonces en eso estamos ahora, tratando de ver cómo salimos adelante (Andrade, 2005)

Por su parte, las fuentes de financiamiento de DDTV son las siguientes:

- New York State Council of Arts
- Maverick Film Found
- Funding Exchange
- Donantes individuales

A modo de estimación, DDTV tiene unos ingresos anuales que son menores a lo que cuestan 8

³⁰ [Http://papertiger.org/?q=funders](http://papertiger.org/?q=funders)

minutos de programación comercial y debe operar bajo varias constricciones, ya que los canales de acceso público no están autorizados para pasar publicidad o pagar por la programación que reciben (Stein, 2001).

Finalmente, las fuentes de financiamiento de FSTV son:

- Un porcentaje (US100) de la cuota de adquisición (U\$350) del disco satelital que facilita la conexión doméstica con el canal, cuando este es adquirido desde la página web de FSTV
- Un porcentaje de la cuota de suscripción mensual a FSTV
- Ingresos obtenidos de una tienda de videos, libros y CDs relativos a la programación difundida o a las ideas o personajes que la animan³¹.

FSTV no recibe dinero directamente del gobierno. Y al igual que los canales de acceso público no acarrea publicidad porque es un canal de programación educativa, de acuerdo a la nomenclatura existente.

Como se ha señalado más arriba, los Consejos de las Artes de cada Estado también aportan con financiamiento tanto a los canales de acceso público como a los colectivos de videoactivismo que trabajan vinculados a ellos, siendo el Consejo de Nueva York (New York State Council of Arts, NYSCA) el más emblemático por su compromiso con este tipo de experiencias. Entre sus apoyos pueden destacarse los siguientes:

- Desde el 2000 Paper Tiger ha recibido financiamiento en torno a los U\$10.000 – 14.000 anuales para gastos de operación (expensas, soporte). En el 2003 se le entregaron U\$6.000 para proyectos de *Community Screenings*³²
- Durante el mismo período, el Manhattan Neighborhood Network (MNN) recibió fondos para el Peer to Peer Media Training del Youth Channel (un programa de formación entre pares de la señal juvenil del canal) oscilantes entre U\$3.700 y 5.200 anuales.
- El Downtown Community Television recibió entre el 2000 y el 2003 US\$592.020 en total (Esto incluye aportes en distintos ítems: apoyo individual a videoartistas: sonido,

³¹ [Http://store.freespeech.org/](http://store.freespeech.org/)

³² Una adecuada traducción sería “fóruns televisivos en espacios comunitarios”

posproducción y financiamiento documental; proyectos en infraestructura; gastos en obra gruesa). Y en gastos de mantención, un total cercano a los U\$ 44.000³³.

Como puede verse, el tema del financiamiento es heterogéneo según cada Estado y cada espacio local donde se desarrollan los canales de acceso. La heterogeneidad muestra asimismo las múltiples fuentes de financiamiento a las cuales recurren las experiencias, que van desde las operadoras de cable, pasan por las instancias gubernamentales y el aporte de fundaciones privadas, para llegar a considerar a veces también como parte importante de sus ingresos la compra de sus servicios (así como donaciones) de parte de consumidores individuales.

Cabe consignar como una propuesta interesante para ayudar a financiar al sector de los medios no comerciales la que promueve Robert W. McChesney, uno de los académicos estadounidenses más influyentes en el ámbito de la economía política de la comunicación y uno de los estrategas tras la Campaña Nacional por la Reforma de los Medios. McChesney ha propuesto que cada contribuyente tome 200 dólares de sus impuestos anuales para dirigirlos a un medio de difusión sin fines de lucro de su elección (McChesney, citado en Cohen 2002). Por su parte, el director de FAIR, promueve un fondo formado por el cobro de un impuesto del 1% a los anuncios publicitarios en la televisión y la radio (Cohen, 2002).

³³ http://www.nysca.org/grant_app/org_search.cfm

No te parece que vale la pena, estar al lado de ellos, con o sin Chávez?.

Chavez puede ser un accidente, pero que provocó esta formación.

Olga Dragic, Investigadora

Capítulo 6: Venezuela

Visibilización del caso

Presentación de las experiencias

El caso venezolano se remite a dos experiencias de televisión con muchos puntos en común y que las convierten en piezas claves de un círculo virtuoso en términos de comunicación alternativa. Estas dos experiencias son Catia TV y Vive TV. Se han elegido ambas por la complementareidad que presentan. Referirse sólo a Catia TV no permitiría ver el alcance potencial que puede tener la lógica comunitaria y que expresa Vive TV, mientras que quedarse sólo con esta última no permitiría ver en su amplitud la base histórico – social sobre la cual descansa su idea de convertirse en una *televisora comunitaria nacional*.

Catia TV constituye la experiencia de tv comunitaria más importante de todas las que existen actualmente en Venezuela, ya sea por su trayectoria, legitimidad o alcance. Este reconocimiento es el resultado de distintos factores. Entre ellos: su surgimiento y posterior desarrollo, profundamente vinculado a los procesos sociales que pusieron de manifiesto la crisis política y social que explica el ascenso y posterior triunfo de Hugo Chávez en 1999 así como su alcance a nivel de toda la zona oeste de Caracas, la más pobre de la ciudad.

Catia TV comenzó como canal de televisión en el 2000, ubicándose en el canal 41 de la banda UHF. Entre los integrantes originarios de la experiencia se encontraban Ricardo Márquez, Blanca Eekhout y Gabriela Fuentes. Márquez es actualmente el director; Blanca es la actual directora de Vive TV y de VTV; Gabriela trabaja como directora de programación de Telesur.

En ese tiempo, se había aprobado la Constitución Bolivariana de Venezuela (1999) que consagraba la comunicación como un derecho, pero el organismo regulatorio respectivo, -la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, CONATEL- no estaba diseñado para regular a los medios comunitarios, los que eran conceptualizados como ilegales. De manera que pese a no tener una autorización de emisión, Catia TV consiguió un transmisor y comenzó a emitir para la Zona Oeste de Caracas.

Para ese mismo año se planeó una inauguración del canal, a la cual se invitó al Presidente Chávez, pues se sabía del interés de éste por apoyar los medios comunitarios. Para Márquez

(2005a), el objetivo principal era hacerse visibles como un medio para alcanzar la legalidad propia y de otros medios en la misma situación: “para tener permiso, además si estaba legal tenían que legalizar el resto de medios del país como en efecto hoy pasa”.

Pero Chávez habría rechazado la invitación, precisamente por el carácter ilegal de CatiaTV. Sin embargo, con la reforma de la Ley orgánica de telecomunicaciones que se llevó a cabo el 2000 - que entre otras cosas reconocía legalmente el interés del Estado por propiciar la comunicación comunitaria-, Catia TV se convirtió en una emisora con licencia. Con una pequeña subvención del Ministerio de Comunicaciones de Venezuela y el equipo donado por simpatizantes pertenecientes a la Universidad Central, Catia TV comenzó a transmitir dos horas diarias y contribuyó a un bloque de programación en Canal 8 (VTV), el canal nacional gubernamental.

Para el Golpe de Estado contra Chávez de abril de 2002, los miembros de Catia TV junto a miembros de otros medios alternativos y de productores audiovisuales independientes ayudaron a recuperar las dependencias del canal estatal que habían sido clausuradas por partidarios del alzamiento golpista que lo tenían dedicado a “transmitir *comiquitas*”³⁴ (Saldivia, 2005) mientras en las calles no se sabía nada sobre la situación del Presidente.

En julio de 2003, el alcalde Alfredo Peña, elegido con votos bolivarianos y luego pasado a la oposición, clausuró desde la Alcaldía Mayor de Caracas las instalaciones de Catia TV e incautó sus equipos. Para Márquez (2005a), las razones de ellos estuvieron tanto en el rol jugado por la televisora durante el golpe de estado así como por sus críticas a la gestión de alcalde. Esta clausura tuvo tal repercusión internacional, que incluso provocó una reacción de Reporteros sin Fronteras, en una de las pocas ocasiones en las cuales esta institución ha criticado a la oposición venezolana y no a su gobierno respecto a la relación con los medios de comunicación. En una carta dirigida al alcalde pedían explicaciones “acerca de las razones que han llevado al cierre del local de Catia TV. Cualesquiera que sean, le recordamos que no pueden justificar el fin de la programación de este medio de comunicación” (RSF, 2003).

El Secretario General de Salud de la Alcaldía mayor justificó el cierre de las instalaciones aduciendo “sólo protegíamos el equipo”. José Quintero, directivo de Pro Catia -organismo barrial-, afirmó que “la programación es muy repetitiva y por eso la poca gente que podía sintonizar el canal tampoco le daba mucha importancia, aunque deje de transmitir nadie le va a

³⁴ Dibujos animados.

extrañar” (Citados en Britto García, 2004: 220 – 221). Quienes participaron en esta primera etapa recuerdan como se vivió la clausura:

Un jueves, cuando yo iba a cubrir mi guardia en transmisión, me encontré con que no podía abrir la puerta porque estaba sellada con ‘pegaloca’ (un pegamento resistente) y una sustancia que picaba los ojos; yo no atinaba qué hacer porque, como siempre, lo único que cargaba era lo justo para mi pasaje. Pero como yo era amiga de toda la gente que estaba en los alrededores, que vendía perros calientes y tenía teléfono, se los pedí prestado; llamé a Ricardo, a Blanca, a Gabriela; llegaron y llamamos a la policía, hicieron una investigación, pero al final no nos hicieron caso porque éramos chavistas (Castillo, citada en Falconi, 2005)

La clausura duró un año. Pero el mismo 2003, el Ministerio de Cultura cedió por 50 años a Catia un edificio abandonado en Caracas Oeste. Posteriormente, gracias a un préstamo de PDVSA, los fundadores del canal construyeron su centro de operaciones soñado, compraron equipos de video y computadores, así como contrataron a un equipo más grande. La señal de la estación, emitida desde tres antenas masivas posicionadas estratégicamente alrededor de Caracas Oeste, se estima que alcanzan a cerca de la mitad de la población de la capital.

Entre los proyectos futuros de Catia a nivel de programación se quiere transmitir en horarios todavía no ocupados por la programación tradicional del canal -esto es, de 12PM a 10AM- con programación de Telesur para la gente que no puede acceder a este canal por medio del cable, aunque también se contempla la posibilidad de emitir Catia por cable. A nivel organizacional se contempla hacer una guardería para los hijos de quienes colaboran con la emisora y que son mujeres en su mayoría (Márquez, 2005b).

Vive TV, en tanto, es una televisora de alcance nacional y financiamiento estatal, pero que busca replicar a nivel de país muchas de las ideas ya germinales en Catia TV, al concebirse como una televisora nacional pero con orientación comunitaria, tanto por las temáticas que plantea como por los contenidos que constituyen la base de su programación y que provienen de los distintos canales comunitarios existentes a lo largo y ancho del país, así como de productores audiovisuales independientes. Esta continuidad entre ambas experiencias tiene también otra expresión concreta en la figura de Blanca Eekhout, primera directora de Catia TV

y actual directora de Vive TV, lo cual expresa de alguna manera la continuidad en un estilo de gestión y de dirección.

Vive TV se funda el 11 de noviembre del 2003 como un canal de alcance nacional, con fondos estatales y con una orientación comunitaria, que opera como un canal con un cierto nivel de producción propia pero principalmente como un nodo al cual confluye y desde el cual se proyecta el trabajo de las televisoras comunitarias existentes y promovidas a través del país. En palabras de su directora, Vive TV “es una propuesta de televisión pública donde la idea es que las experiencias comunitarias puedan tener una resonancia nacional” (Eeckhout, 2005). Su vicedirector, en tanto, la definió como una “televisión alternativa del Estado” (Deronne, 2005a), entendiendo por ello un canal de servicio público construido desde la realidad y las aspiraciones de las bases sociales, que se concibe como un espacio de integración y participación de los venezolanos, ya fuera como emisores y/o como receptores:

Que tuviera la posibilidad de construir realmente el proceso revolucionario, en el sentido de construir propuestas desde las mismas comunidades, como pueden ser la música, el arte, describir la historia, la cultura popular, la posibilidad de entender la economía, todo lo que permita entender los diferentes estratos sociales de distintas edades, participar en su visión del país (Deronne, 2005a)

Aunque en sus inicios Vive TV comenzó emitiendo dos horas y alcanzando sólo la ciudad de Caracas mediante el canal 24 de la banda UHF, en un año pasó a emitir 20 horas diarias y en el año 2006 ya transmitía prácticamente de manera ininterrumpida y había alcanzado casi a la totalidad del país. Actualmente el proyecto está instalado en una de las plantas del edificio de la Biblioteca Nacional ubicado en Caracas, aunque Deronne reconoce que en los primeros tiempos “estábamos en unos cuartos de cartón prácticamente tratando de sobrevivir. Era una dificultad técnica fuerte”, de allí que hable de un proceso de instalación intenso y no exento de tensiones:

Es un impacto muy violento en ese sentido porque hemos tenido que integrar a muchísima gente en poco tiempo para lograrlo. A veces con pocos recursos si hablamos de la misión que había que cumplir. De hecho, todavía nos hacen falta muchas cámaras y muchas cosas. Estamos a veces compartiendo, resolviendo, de forma cada día nueva para salir de la falta de recursos. Era una dificultad técnica fuerte (Deronne, 2005a)

Tanto Catia TV como Vive TV forman parte del circuito de medios comunitarios y alternativos que existen en Venezuela, con los cuales existe una relación de trabajo colaborativo y ayudas mutuas:

Puedo hablar más de Catia tv: nos han prestados sus salas para trabajar, siempre hay una comunicación entre nosotros, reuniones; con los compañeros de Vive tv ha habido un acercamiento: se nos llamó a las televisoras con la intención de que las producciones de las televisoras puedan estar presentándose en Vive tv (Moreno, 2005)

Conceptualización

En el caso venezolano, lo comunitario domina la conceptualización. Sin embargo, es un concepto de comunitario que pretende ir más lejos que la transmisión de información sobre lo que ocurre en una comunidad específica. Según Schiller (2005: 26), el objetivo último de Catia TV es producir “ciudadanía participativa en sus barrios”.

En este sentido, la comunicación comunitaria está orientada a la creación de poder a nivel local por medio de la articulación de las comunidades.

Hoy decimos en Venezuela que los comunitarios no son medios sino completos, porque no solo funcionan como propagadores de la información, sino también como articuladores de las comunidades, formadores de nuevos y revolucionarios comunicadores sociales y sobre todo representan núcleos para la construcción de los poderes locales y la organización popular (Sosa, 2005)

Sin embargo, se trata de crear poder local con una orientación explícitamente contrahegemónica.

El equipo de Catia TV ve su rol como de conformación, tanto de sí mismos como de los voluntarios en productores, que comparten una visión política anti-capitalista y anti-neoliberal y que pueden comunicar efectivamente acerca de asuntos que son vitales para sus comunidades locales [original en inglés]

(Schiller, 2005: 23)

Por esta razón, también es importante como parte de la concepción comunitaria la promoción de la participación de las comunidades, en el sentido de envolver a la gente y hacerla partícipe en la producción de la comunicación -volver emisores a los consumidores- desde una práctica concreta de formación y de organización, entre los mismos miembros de la comunidad y de las experiencias de comunicación:

Si queremos fortalecer la participación de las comunidades a través de los medios, tenemos que darles dentro de la capacitación un componente de organización y participación comunitaria, es fundamental y no lo tienen que dar docentes ni egresados de las universidades, no, las mismas personas, los mismos promotores comunitarios (Zavala, 2005)

Esta afirmación de lo comunitario y lo participativo está integrada a su vez a una concepción de calidad y profesionalidad del quehacer comunicativo, desde su propia especificidad.

Yo siento que si es posible desde las tv comunitarias hacer una calidad en la producción y no estigmatizar la tv comunitaria y decir que programas tan malos; si para eso nos estamos capacitando, es para mejorar; las tv comunitarias no nacieron para hacerle frente o competencia a las tv dominantes, pero si creo que la calidad tiene que estar presente en las producciones comunitarias, específicamente en la tv (Zavala, 2005)

Ellos no están interesados en ser o producir periodistas que cubran “breaking news” [...] Hacer televisión para ellos no significa convertirse en un distribuidor alternativo de medios o una revista online de barrio. Aunque Sucre TV [Catia TV] defiende su derecho a ser respetados como periodistas, su secreto público, establecido audazmente en su lema, es que ellos esperan generar comunicadores, no unos televidentes consumidores pasivos (Schiller, 2005)

Antecedentes

El proyecto RATELVE y el legado intelectual

Venezuela posee una importante tradición de pensamiento e investigación acerca del rol social de los medios de comunicación de masas, cuyo principal hito ha sido el denominado proyecto RATELVE.

El proyecto Radio y Televisión Venezolana (RATELVE) formó parte de un conjunto de proposiciones integradas en un macro – proyecto de Ley del Consejo Nacional de la Cultural (CONAC), incluido en el programa de gobierno del primer período de Carlos Andrés Pérez (1974 – 1979). La importancia del proyecto RATELVE radica en su desarrollo dentro de un plan cultural más vasto que preveía 5 áreas reconocibles de la cultura erudita, pero agregando otras 2: cine y radio – televisión, diferenciándose en este sentido de acciones culturales organizadas bajo los regímenes anteriores. Según señala Capriles, el CONAC implicó un enorme salto histórico desde los altos pero limitados horizontes de la cultura erudita hacia dos nuevos terrenos: hacia la cultura popular vivida y hacia la cultura masiva fabricada industrialmente.

En efecto, la operación de la industria cultural y la existencia -con especial gravedad en Venezuela- de una cultura de masas en violenta expansión, a expensas de los procesos culturales populares -convertidos a partir de la consolidación de aquella en simples ejemplos de culturas subalternas- habían sido olímpicamente menospreciadas por los programas culturales de gobiernos que veían solo como horizonte posible al concepto elitista de cultura (Capriles, 1982: 136)

Algunos elementos interesantes e innovadores del proyecto RATELVE fueron su concepción de la comunicación con un fuerte énfasis en el rol del Estado y en la función de servicio público, su propuesta de distintas alternativas de propiedad y modelos de uso, así como su diagnóstico crítico del sistema de radiodifusión. Según Capriles (1982: 145), fue lo más parecido a un plan de políticas de comunicación democrático gestado no sólo en Venezuela sino a nivel latinoamericano, aunque en términos de supuestos antes que en términos de estilo de conformación: porque pese a una coyuntura social, cultural y económica sumamente favorable - que hacía pensar en una especie de “libro blanco” de la radio y la televisión no como una utopía

sino como un horizonte posible-, el proyecto fracasó antes de implementarse.

El proyecto completo de Ley de Cultura terminó de escribirse en mayo de 1975, pero ya desde fines del año anterior la prensa venía predisponiendo a la opinión pública en contra del artículo 4° del proyecto, que hacía referencia a la responsabilidad del Estado en la promoción de las distintas expresiones del arte y la cultura, acusando un supuesto totalitarismo estatal sobre la radio y la televisión (CONAC; 1975). Ante lo anterior y temiendo un quiebre en el consenso político que lo sustentaba, el gobierno decidió suprimir del proyecto general todo lo relativo a radio y televisión, mientras que el Consejo Nacional de Cultura (CONAC) fue adaptado a una rutina administrativa y a reglamentaciones que muy poco tuvieron que ver en definitiva con el proyecto original (Capriles, 1982: 139)

De esta manera, el mismo gobierno que había impulsado la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación de San José y que proclamó más estentóreamente su disconformidad con el orden informativo internacional dominado por las transnacionales desistió desembarcarse en este proyecto de transformación del sistema de comunicaciones venezolano, temeroso de perder el apoyo de los sectores medios y de los medios de comunicación privados que argumentaron limitaciones a la libertad de expresión.

A más de 30 años de este hecho, es interesante volver sobre el “caso RATELVE”. En primer lugar, por el valor del proyecto en sí, elaborado desde un país en vías de desarrollo, pero también porque entrega mayores herramientas para comprender el rol que han jugado los medios de comunicación privados en la predisposición de la opinión pública al rechazo de iniciativas gubernamentales contrarias a sus intereses. Hernández advierte sobre la continuidad de este comportamiento en el tiempo:

Cuando Raúl Leoni (1964 – 1969) intentó una reforma tributaria los medios se lanzaron con una campaña desastrosa que hizo retroceder al gobierno. También pasó cuando en 1971 Rodolfo José Cárdenas escribió (1971) en El Nacional un artículo contra la televisión [...] Lo mismo pasó cuando Antoni Pasquali promovió el proyecto Ratelvé (Hernández, 2002a: 40)

Otro legado a destacar en el caso de Venezuela se genera a nivel intelectual. En el contexto del desarrollo del proyecto RATELVE se produjo un acercamiento entre los circuitos de

comunicación alternativa y los ideólogos de las Políticas Nacionales de Comunicación: el destacado investigador Antonio Pasquali fue el coordinador del grupo de trabajo que dio vida al proyecto RATELVE. Pero en la medida que el proyecto fue boicoteado, la fragilidad de los contactos establecidos entre investigadores y activistas -mediados por la voluntad política del gobierno- no lograron arribar a un trabajo en conjunto con proyección en el tiempo, de manera que la batalla por la democratización de la comunicación siguió dándose al margen del poder público, dentro de “experiencias de comunicación paralela, horizontal o alternativa que seguían pacientemente reproduciéndose” (Capriles, 1986: 183).

Pese a lo anterior, durante estos últimos 30 años se ha configurado en Venezuela un espacio de sistemático de trabajo teórico e investigativo en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) una de las instituciones pioneras en la investigación sobre los fenómenos comunicativos en el continente americano. Adscrito a la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela (UCV), ININCO fue fundado el 1 de abril de 1974 y su primer director fue Antonio Pasquali, aunque por él han pasado otros investigadores reconocidos tales como Oswaldo Capriles, Elizabeth Safer y Oscar Lucien. Su presencia en el debate público sobre la comunicación abarca un espectro temático que incluye políticas públicas; tecnologías de la Información; comunicación y educación; historia de las comunicaciones; economía política de la comunicación; teoría y epistemología de la comunicación; alternativas comunicacionales, por nombrar algunas. Todo este trabajo ha quedado a su vez plasmado en sus diversas publicaciones a lo largo de los años: revistas, cuadernos y anuarios.

Sin embargo, ni la institución ni los investigadores de ININCO han participado de manera sistemática en los diversos frentes de debate en torno a la comunicación que se han abierto en Venezuela a partir del arribo de Chávez a la presidencia, cuestión curiosa toda vez que el trabajo de investigación levantado por esta institución pareciera ir en la línea de las acciones que el gobierno de Chávez ha emprendido. Entre las instancias de intercambio ha trascendido la crítica de Antonio Pasquali al canal TELESUR, que fue a su vez replicada por otro investigador (Girard, 2005).

Como parte del legado generado por el debate en torno al proyecto RATELVE en los últimos años también se ha planteado en la discusión pública la necesidad de replantear el sentido y significado de una política cultural nacional para Venezuela, que se desligue del exceso de

burocratismo que habría caracterizado a este campo durante todo el siglo XX (Vargas, 2002) y que aún hoy parece advertirse incluso entre sectores progresistas.

La política cultural del tirofijismo no ha muerto ... muchos diputados progresistas, lamentablemente sin mucha visión histórica se aprestan a servir de tontos útiles para mantener con vida aquella parte del proyecto neocolonial (Sanoja y Vargas, 2003: 4)

Trayectoria de la comunicación alternativa en Venezuela: la prehistoria de Catia y Vive TV

Siguiendo la trayectoria de la comunicación alternativa en América Latina señalada en el capítulo 2 de esta investigación y cuyo primer antecedente fue la comunicación para el desarrollo en los tempranos 50s y 60s, Capriles señala que este tipo de experiencias no calaron muy profundo en Venezuela, sino más bien aquellas de comunicación popular vinculadas primero a grupos católicos y luego a grupos guerrilleros a fines de los 60s y principios de los 70s, destacando en este sentido las experiencias de la revista **Reventón** y el grupo **Cine Urgente**.

La implantación de “alternativas” educativas a través del uso de medios masivos según el modelo difusionista, con el refuerzo-estímulo-ampliación de grupos ad hoc, no tuvo gran desarrollo en el país [...] salvo algunos esfuerzos [...] Un movimiento relativamente permanente de apoyo a experiencias variadas se instala en ciertos núcleos católicos, entre los que se destacan algunos grupos establecidos alrededor de ciertas parroquias urbanas de Caracas [...] Experiencias especialmente interesantes son las que empezaron a producirse a fines de la década de los sesenta y sobre todo a partir de 1970, en parte al interior de un renacer de la lucha cultural popular, en parte como un relevo legal a la pérdida insurrección guerrillera de los sesenta, al calor de una lucha generacional de los más jóvenes (Capriles, 1986: 177)

En los 80s, en tanto, destacó la proliferación de órganos periódicos impresos de barrios o zonas urbanas, dedicados a problemas específicos y a la defensa de los intereses de sus habitantes (Capriles, 1986). Sin embargo, el antecedente más importante de las actuales experiencias de televisión alternativa en Venezuela fueron los **Cineclubs**, entendidos como asociaciones

ocupadas de la proyección, análisis y discusión de productos audiovisuales.

En este punto la experiencia venezolana vuelve a confluir con las fases generales que pueden constatarse en la historia del video y la tv alternativa en América Latina, que empieza con el video registro, pasa por el video documental y el video argumental, para terminar en el video con pretensiones masivas y su emisión a través de televisiones comunitarias (Roncagliolo, 1999). Para los comunicadores que vivieron esta experiencia en Venezuela, el auge y desarrollo de los cineclubes estuvo estrictamente determinado por las circunstancias legales que impedían y perseguían el uso del espectro radioeléctrico por parte de las experiencias audiovisuales alternativas y de base:

Prácticamente clandestinos, con algunos intentos rápidamente reprimidos por la Guardia Nacional confiscando los transmisores (Deronne, 2005a)

Eramos allanados, perseguidos por la ISI, la inteligencia militar nos acusaba de guerrilleros, subversivos; como nos vimos en una situación inestable decidimos fundar un cine club llamado Cineclub Manicomio, para poder contrarrestar si nos quitaban la casa desarrollando una actividad cultural paralela en la calle (Márquez, 2005)

Primero que nada, hay que decir que la comunicación alternativa siempre ha existido, no es que antes no existía, lo que pasa es que éramos clandestinos, se hacia un cine foro en una barriada y venía la policía (Moreno, 2005)

De acuerdo a Eeckhout (2004), el movimiento de los Cineclubes comenzó en los 60s, pero en ese tiempo estaba vinculada a las redes de clientelismo y patronazgo de los grandes partidos políticos. En los 80s se apartó de ellos y ganó una cierta independencia, convirtiéndose estos en instrumentos de comunidades organizadas y en una forma de resistencia cultural.

Así, durante los 90s los cineclubes se convirtieron en las primeras instancias donde las comunidades pudieron apreciar grabaciones en video de sus propias actividades, experiencias y opiniones, que formaban parte de un conjunto de estrategias comunicativas de resistencia.

La proyección era una excusa para que la gente se acercara al barrio y aprovechar su participación para discutir de otros temas y se comprobó

mucho la fuerza de los medios, de la herramienta acompañada de otros trabajos como la pinta de calles, los murales, los volantes pero eso formaba parte de los medios de comunicación con los que contaba el movimiento popular (Saldivia, 2005)

El equipo histórico tras Catia TV, por ejemplo, surge originalmente del cineclub del Cementerio – Manicomio (zona oeste de Caracas) a principios de los noventa conformado por estudiantes universitarios y vecinos del sector, con el empeño de realizar actividades culturales que involucraran a la comunidad. Y su transformación en un canal de televisión tuvo mucho que ver con el impacto que el propio equipo vió que había tenido su trabajo grabando y proyectando en el cineclub el quehacer de la propia comunidad:

Decidimos grabar una actividad organizada por la casa de la cultura, una parada del niño [evento religioso - católico], grabamos todo el proceso y después grabamos la actividad cultural como tal; normalmente a una proyección del cineclub Manicomio iban unos 100,120 sobretodo niños pero ese día fueron 2000 personas, fue todo el barrio, porque eran ellos los protagonistas, los que limpiaron las calles, los que gritaron, aplaudieron, rezaron, cuando vimos ese fenómeno se nos ocurrió hacer una televisora, porque si hicimos una actividad, la grabamos, la proyectamos y tuvo éxito, entonces la gente quería verse, quiere ser protagonista de su historia (Márquez, 2005)

Los integrantes del cineclub se volvieron agentes culturales mediando entre los vecinos de Cementerio y los políticos afines en el gobierno local. Yendo más allá de su barrio, Rosero y Eeckout también formaron importantes alianzas con varios estudiantes de la Universidad Central de Caracas, que proporcionaron apoyo técnico clave para desarrollar el proyecto de TV (Schiller, 2005).

Contexto

El Caracazo y la crisis del proyecto político nacional

Para dimensionar el origen de la base social que sustenta las diversas experiencias de comunicación popular y comunitaria en Venezuela, es preciso remontarse al quiebre social que

marca el llamado *Caracazo* en el año 1989. Se denomina así a una fuerte ola de protestas y saqueos ocurridos el 27 de febrero de 1989 en Caracas y otras ciudades del país, que comenzó con una protesta por el alza de precios del transporte en la ciudad de Guarenas, pero que se propagó rápidamente hasta convertirse en un estallido social de grandes proporciones, con la consiguiente violencia policial que buscaba contrarrestarlo, al punto que aún hoy día sólo se conoce un número estimado y extraoficial de muertos civiles, que asciende a 2.000 personas.

La relevancia de estas protestas es que ellas pusieron de manifiesto la crisis social y política del puntofijismo; esto es, del pacto entre partidos políticos gestado con posterioridad al derrocamiento del dictador venezolano Marcos Pérez Jiménez, en 1958. El objetivo de este pacto era conseguir la sostenibilidad de la recién instaurada democracia, mediante la participación equitativa de todos los partidos (y sus consecuentes nexos con el poder económico y comunicacional) en el gabinete ejecutivo del partido triunfador (Sanoja y Vargas, 2003).

El *Caracazo* pondrá en evidencia la inexistencia de una integración real de la sociedad venezolana. Venezuela arrastraba una crisis económica desde los 70s y una crisis de la política de partidos, las cuales fueron resuelta durante los 80s en el imaginario colectivo mediante la promesa del acceso equitativo al consumo. Sin embargo, la decisión del recién electo presidente Carlos Andrés Pérez (en su segundo mandato) de imponer un paquete de medidas económicas neoliberales -con el beneplácito de las élites- terminó de poner en evidencia la fractura entre los sectores populares y las élites. Esta fractura tendrá su correlato en los medios de comunicación de masas, particularmente en la televisión: el comportamiento de los canales en este momento histórico permite comprender el lugar que ocupó la televisión en este momento de crisis social.

Durante varias décadas, la televisión comercial en Venezuela fue un oligopolio de dos familias constituidas como poderosos grupos económicos: los Cisneros, que poseen Venevisión, y el grupo Bottome y Granier, que domina Radio Caracas Televisión y Radio Caracas Radio. Contra la decidida oposición de estos grupos de comunicación (aunque igualmente con una orientación privada y comercial), surgieron posteriormente otros propietarios como Televen, Globovisión, CMT y La Tele. Según Eekhout, el *Caracazo* precipitó no solamente una ruptura entre los sectores postergados y el gobierno, sino también un quiebre de aquellos con los medios:

Porque los media ... adoptaron finalmente una posición absolutamente empática con la defensa del sistema, y lo que es más, de legitimar los más

violentos actos de represión contra una población desarmada que hubiera vivido el país en su historia. En 1989 [...] los media jugaron un rol interesante. Por un lado, la voz de la gente, la voz de los barrios no encontró conexión con los partidos políticos o los medios. En vez de eso, los medios literalmente aplaudieron y celebraron la masacre en televisión. El actual presidente de RCTV fue grabado diciendo que “nosotros” habíamos “ganado una victoria” tras la masacre que había ocurrido. Es más que obvio del lado que estaban los medios [Original en inglés] (Eekhout, 2004)

El tratamiento otorgado a este conflicto social se convirtió así en un importante impulso para la generación de unos medios de comunicación hechos desde las bases (Schiller, 2005). Sin embargo, la entrega de concesiones de TV y radio en base al favoritismo partidista y al clientelismo había sido una constante histórica en el país, según denunciaban los académicos de comunicación incluso antes del *Caracazo*:

El descontento mayor se ha centrado en un conjunto de denuncias sobre los mecanismos autoritarios y arbitrarios mediante los cuales se han venido decidiendo la asignación de nuevas frecuencias, violando los más elementales derechos que garantizan la pluralidad de los emisores. Asimismo, se ha considerado una situación atípica la ausencia de modelos radiofónicos distintos al empresarial-comercial o al estatal-oficial a pesar de las solicitudes realizadas por universidades, sindicatos, fundaciones culturales, gremios y colegios profesionales (Hernández, 1988: 35).

En las elecciones de 1993 el bipartidismo mantenido desde la década de los 50s quedó fuera de juego cuando resultó electo Rafael Caldera, para ese momento expulsado del partido socialcristiano. Pero al quedar desprovistos de toda influencia los dos grandes partidos tradicionales -Acción Democrática (socialdemócrata) y COPEI (demócrata cristiano)-, los grupos económicos habrían recurrido cada vez más a los medios como principal agente de influencia política, alentando el surgimiento de nuevos partidos funcionando como apéndices de los medios. Un informe internacional reciente señala que durante este gobierno “el mayor número de concesiones en la historia del país fueron entregadas a sectores clientelares de los partidos políticos” (APC, 2005: 16).

De esta manera, puede afirmarse que durante los noventa se asiste en Venezuela a una crisis de

representatividad de los partidos políticos, fruto del cual los sectores sociales y económicos dominantes intentarán utilizar al ejército, a la alta jerarquía eclesiástica y de manera privilegiada a los medios de comunicación para preservar su hegemonía (Britto García, 2004).

Abril 2002: un golpe mediático

El 11 de abril de 2002 se produjo en Venezuela un intento de golpe de Estado que buscaba derrocar al gobierno de Hugo Chávez. Chávez se había hecho conocido en 1992 al liderar un intento de golpe de Estado contra el gobierno de Carlos Andrés Pérez, por el cual reconoció plena responsabilidad pública y pasó un período en la cárcel. Sin embargo, su figuración pública tuvo un impacto profundo en los sectores populares, aquellos mismos que habían padecido la represión del *Caracazo* a fines de los 80s.

Ellos le dieron dos minutos en televisión para que él pudiera hablar a los que lo habían levantado para abdicar y así prevenir una masacre. Durante la transmisión él dijo dos cosas claves. Lo primero es que él dijo “Yo tomo toda la responsabilidad”, lo cual fue algo que la gente nunca había escuchado antes de un político o de una figura pública. Luego él dijo “por ahora” nosotros tenemos que dejar nuestras armas, pero “por ahora” se convirtió en una promesa de lucha por algo mejor. El alzamiento puso como objetivo la idea de que podía existir un proyecto político alternativo para el país. Yo ví el efecto en el barrio. Mi casa estaba llena todo el tiempo de gente diciendo: “¿Puedes creer esto?” “¿Puedes creer lo que Chávez dijo?” Y no era sólo lo que él dijo, sino que él era alguien con un aspecto como el de ellos: con sus rasgos negros, indígenas. La gente se sentía representada por primera vez [...] Nadie podía creer que alguien estuviera en la televisión diciendo “yo soy responsable”. Nosotros siempre habíamos pensado de los militares como parte del sistema contra el cual estábamos luchando. ¿Cómo podía alguien de los militares actualmente sacrificar su propia libertad, ir a la cárcel, luchando por los cambios? [Original en inglés] (Eeckhout, 2004)

El análisis posterior de los hechos de abril ha permitido comprender el modo en que la ausencia de un sistema político partidista vigoroso -cuya mejor expresión era precisamente la elección democrática de un militar con un pasado golpista- va a convertir a los medios de comunicación en EL campo donde se van a disputar las significaciones políticas del intento de derrocamiento

de Chávez. Para Hernández (2002b: 34), “todo sugiere que el 11 de abril de 2002 fue un golpe mediático [...] una situación inédita en el mundo: un gobierno derribado por medios tradicionales y repuesto por los nuevos”.

Por eso hoy es posible notar con claridad el nivel de responsabilidad que tuvieron los medios de comunicación -principalmente la televisión- no sólo en la creación de una opinión pública favorable y legitimadora del intento golpista, sino también como actores políticos del proceso. En palabras de Britto García (2004, 78), “las televisoras privadas, no sólo facilitan el golpe interfiriendo y cortando la señal presidencial y poniéndose de su parte: el 12 de abril se atribuyen el mérito de él poniendo en pantalla la frase ¡Gracias medios de comunicación!”.

El intento de Golpe se expresará mediáticamente en la interferencia y posterior clausura por grupos armados y efectivos de policías municipales tanto de la señal de la televisora y la radio del Estado como en el allanamiento y cierre de los medios comunitarios de reconocida raigambre popular como Catia TV y Radio Perola. Se silencian posibles voces disidentes y los medios privados se ponen de acuerdo para transmitir una única versión de lo ocurrido, presentando las declaraciones de los jefes golpistas.

Chávez nunca nos pidió que transmitiéramos su discurso o que le hiciéramos propaganda. En cambio, los golpistas no dudaron ni un segundo en detenernos y secuestrar nuestro material de transmisión, con el fin de eliminar toda posibilidad de que la población se informara por otros medios de comunicación que no sean los del golpe de Estado (Deronne citado en Lemoine, 2002: 9)

Ocurren más hechos dignos de destacar. Napoleón Bravo -del canal privado Venevisión- aprovecha su programa para incitar públicamente a la delación de cualquier chavista, mientras que durante la noche del 11 de abril y al día siguiente los espectadores que buscan información en los canales privados, se encuentran más bien con películas como *Nell*, *Mujer Bonita*, *El milagro de Lorenzo*, dibujos animados o la transmisión de eventos deportivos (Britto García, 2004).

Posteriormente, el documental “Llaguno, claves de una masacre” (2004) -que reproduce minuto a minuto la tarde del asalto al palacio de Miraflores- va a aventurar la tesis de una fusión de

intereses entre los medios privados y los militares golpistas, al incentivar los primeros el enfrentamiento entre la marcha de apoyo y la marcha de repudio a Hugo Chávez que va a dar paso a los incidentes del Puente Llaguno, que luego los propios medios privados venezolanos y otros medios a nivel mundial van a presentar como un enfrentamiento entre chavistas armados y antichavistas indefensos que eventualmente justificaría el derrocamiento del gobierno. El documental, en tanto, sostiene que ambas marchas fueron víctimas de los intereses de los golpistas, con conocimiento de los medios privados, que se encargaron de manipular la información y las imágenes emitidas desde el lugar de los hechos.

Los medios de comunicación actuaron como agitadores y propagandísticos para movilizar a una masa humana enorme, bastante grande, una carnicería, algo que estaba montado para después fabricar la idea de que el presidente había sido el responsable de eso (Rodríguez, 2005)

Sin embargo, los medios de comunicación también ocuparán un lugar importante en la restitución del gobierno legítimo. Pese a que el día 11 de abril la telefonía celular corta sus redes a las cuatro de la tarde en un intento de impedir la comunicación³⁵, serán más tarde los motoristas, los audiovisualistas comunitarios, así como los internautas mediante correos electrónicos y páginas web quienes van a generar una red de comunicación alternativa al cerco informativo que habían levantado los medios privados y por medio del cual se reorganizarán las bases sociales que buscaban la restitución del orden constitucional.

Las páginas nacionales e internacionales y listas de correos personales, sirvieron de medio de información y red de apoyo, junto con los medios de radio y TV alternativos, al día siguiente del golpe de Estado, cuando las grandes canales comerciales de TV y prensa nacionales, asociados a los planes de conspiración, no transmitieron información acerca de la movilización popular en las calles, ni la acción de un sector de las fuerzas armadas solicitando el regreso del Presidente de la República y el restablecimiento del orden constitucional (Lozada, 2004: 173)

Una red que permitió romper el cerco informativo impuesto por los grandes medios utilizando no solo la Internet sino los celulares, las radios y la televisión comunitaria por cable, además de la comunicación cara a cara o

³⁵ En Venezuela el índice de penetración de la telefonía móvil ascendía en 2002 a un valor entre el doble y el triple de la telefonía fija: 26,2% versus 10,94% (CONATEL, 2005a)

los mensajes que llevaban y traían los motociclistas que tanto abundan en Caracas (Tamayo, 2005)

Los medios y el proceso bolivariano: la política por otros “medios”

La fuerte vinculación entre política y medios de comunicación también la vivió Chávez en los años previos a su llegada al poder, así como en sus primeros años como presidente, hasta que comenzó a tomar decisiones que implicaron una amenaza al status quo y los medios privados se volvieron en su contra:

Cuando en 1995, después de salir de la cárcel, Hugo Chávez comenzó a hacer política abierta, la relación entre varios de los barones de los medios y el teniente coronel era cordial y amistosa. El director de El Nacional lo hospedó en su casa, al tiempo que prensa, radio y televisión no escatimaron abrirle espacios. Esta luna de miel terminó, sin embargo, a raíz del proceso de transformación impulsado por el mandatario. La abolición de poderes acordada por la Asamblea Constituyente, la instauración de la quinta república, la reforma agraria y la redistribución de la renta petrolera hacia la población más necesitada provocaron el rompimiento (Hernández, 2007)

Probablemente lo que mas influyó en esa ruptura con los medios fue la decisión de Chávez de eliminar del presupuesto el otorgamiento de los anuncios oficiales o publicitarios, el gobierno tenía un presupuesto bastante fuerte que nadie sabía de cuanto fue, que iba para los medios (Dragnic, 2005)

Aunque el intento de Golpe del 2002 ha sido el pasaje más paradigmático del rol que juegan los medios privados en la vida política venezolana, otros hitos políticos recientes ponen de manifiesto la continuidad de este rol.

El 2 de diciembre del 2002, arrancó un paro nacional de 63 días convocado por el empresariado y que estaba orientado provocar un desabastecimiento que hiciera presión desde las bases para provocar la salida de Chávez del gobierno:

Llegamos a producir cero barriles. Nosotros dependemos del petróleo y cuando se paró el petróleo, se paró todo. No había gasolina, ni transporte y, por lo tanto, tampoco comida. No había gas así que la gente cocinaba con leña en los barrios, ibas a los barrios y olía todo a leña. Si no hubiéramos tenido la fuerza acumulada, no hubiéramos aguantado, fue una situación difícil que duró mucho tiempo (Pinto, 2005)

Durante esos 63 días los canales privados dejaron de transmitir anuncios comerciales, sustituyéndolos por mensajes de propaganda política que “donaron” a las organizaciones opositoras.

Durante el paro desde diciembre de 2002 hasta febrero de 2003, los medios de comunicación en Venezuela, promocionaron aproximadamente 67,000 cuñas y todas eran llamando a la violencia, a la calle, a la insurrección, a la muerte, al odio y el Estado nunca hizo nada, ni tocó esos medios, claro entendemos también que era una provocación para que hubiera una intervención extranjera o algo (Márquez, 2005)

Lo anterior significó 63 días sin pauta publicitaria, con las consiguientes pérdidas económicas. La propaganda de apoyo al Paro buscaba la adhesión de la población. Sin embargo y pese a su intensidad, es posible decir que no logró su objetivo, pues al término del Paro, la adhesión a Chávez había subido (Olavarria citado en Britto García, 2004).

Los medios privados también tuvieron un rol activo durante el Referéndum de 2004, que buscaba revocar el período presidencial del presidente Chávez. Curiosamente, entre los artículos que quería derogar la oposición mediante el referéndum estaban el artículo 58 y el 69 ejusdem. El primero sobre el derecho a la información oportuna, veraz e imparcial sin censura; el segundo, sobre el derecho a la honra de todas las personas (Britto García, 2004).

Se puede afirmar entonces que lo que han hecho los medios privados en Venezuela ha sido un intento de sustituir la democracia por un nuevo modelo político: una “mediocracia” que intenta impulsar e imponer los intereses de los grupos sociales, económicos y culturales que están vinculados a la propiedad de los medios privados, en el contexto de una sociedad nacional donde la clase política tradicional sufre de un profundo descrédito.

Algunas diferencias entre democracia y mediocracia, siguiendo el caso venezolano, son planteadas por Pablo Antillano (2002), un columnista opositor, las que pueden resumirse en el siguiente cuadro:

	<i>Democracia</i>	<i>Mediocracia</i>
Justicia	Tribunales de justicia	Medios absuelven y condenan
Verdad	Surge de los hechos y el análisis	Quien tiene más videos
Acusado	Derecho a un defensor, inocente hasta que no se demuestre lo contrario	La imagen es acusadora, prueba y verdugo
Defensores	OEA, ONU, Human Rights Watch, Amnesty	WAN, SIP, AIR
Líderes	Producto de obras y valores	Producto de asesores de imagen
Medios	Dicen lo que los ciudadanos piensan	Dicen a los ciudadanos qué pensar
Individuos	Ciudadanos	Audiencias
Valor	Contenidos	Titulares
Límites	Distinción entre información, opinión y propaganda	No hay fronteras
Masacre	Hecho luctuoso	Espectáculo
Periodistas	Persiguen a los personajes	Son perseguidos por los personajes
Toma	De los edificios del poder	De sus medios de comunicación
Golpe	Incruento	Televisivo

Dentro del espectro político, quienes son más afines al proceso que lleva a cabo el gobierno de Chávez van incluso más lejos y prefieren hablar de una “Inquisición Mediática” (Hernández, 2002a) caracterizada por una campaña donde:

- La acusación equivale a la condena.
- No hay derecho a la defensa, pues no se cumple el principio (constitucional en Venezuela) del derecho a réplica.
- Es un tribunal de excepción, pues no tienen vigencia los principios básicos del derecho
- Se emprenden procesos de intención: no por el presunto daño que haga alguien, sino por una presunta intención de hacer daño.
- Los medios de comunicación usan la libertad de expresión para decir que no hay libertad de expresión.

Sin embargo, considerando que a pesar de todas las batallas emprendidas por la oposición político – mediática, ésta no ha obtenido ningún logro desde el arribo de Hugo Chávez a la presidencia de Venezuela (el triunfo del NO al referéndum constitucional de 2007, dada su votación popular, no es un triunfo atribuible en toda regla a los medios privados), es posible afirmar que los medios de comunicación privados han estado más cerca del fracaso que del éxito en su objetivo por convertirse en la primera referencia de la historia en la conquista del poder político mediante el ejercicio de la pura seducción mediática.

El último gran *impasse* entre Chávez y los medios privados ocurrió cuando el gobierno decidió no renovar la concesión en televisión abierta a Radio Caracas Televisión (RCTV) el 28 de diciembre de 2006. RCTV es el canal privado más antiguo de Venezuela y el de mayor audiencia. Su concesión fue otorgada en 1953 y fue renovada por última vez en 1987, por una duración de 20 años. El día 27 de mayo acabó la concesión que le impidió seguir emitiendo en señal abierta, aunque ahora sigue haciéndolo a través del cable. En su misma frecuencia, ha comenzado a emitirse un canal público de orientación social denominado Tves.

RCTV mantuvo una política editorial muy crítica al gobierno del Presidente Chávez y tuvo una actitud abiertamente favorable al golpe de estado llevado a cabo contra Chávez en 2002. Aunque los medios privados presentaron esta decisión como un nuevo ejemplo de autoritarismo y que el presidente de Venezuela alimentara este discurso al justificar su decisión en el comportamiento golpista de RCTV, en marzo de 2007 el gobierno venezolano hizo público el documento donde se hacía una descripción detallada de todas las irregularidades y faltas a la responsabilidad social en las que había incurrido RCTV incluso desde antes de abril de 2002 y que justificaban la no – renovación de su licencia (MINCI, 2007).

Sin embargo, fue una decisión no exenta de polémica. Según diversos estudios de opinión, la mayoría de los venezolanos -incluyendo con esto a los amplios sectores populares que apoyan el proceso de transformación social que se vive en el país- se manifestaron contrarios a la decisión de gobierno. A nivel internacional, también hubo reacciones. Un informe publicado por el Centro de Estudios Políticos y Sociales con sede en España puso el hecho en perspectiva, al destacar que la práctica de no renovación de concesiones era bastante más común de lo que se pensaba: en marzo de 2007 constaba esta misma situación en 21 países del mundo, con 77 casos de televisión y 159 casos de radios, incluyendo entre esos países a Estados Unidos y miembros

de la Unión Europea, por diversos motivos (Carracedo, 2007). La Asociación Mundial de Radios Comunitarios – sección América Latina (AMARC – ALC) emitió una carta abierta en la cual -reconociendo todos los avances y gestiones realizadas durante los gobiernos de Chávez con los medios comunitarios, así como la irresponsabilidad de RCTV durante el golpe de estado de 2002- se refería a la decisión de no renovación de la concesión a este canal como una “arbitrariedad” de gobierno (AMARC, 2007a). Esta carta provocó, entre otras cosas, que las afiliadas venezolanas a AMARC y también algunas radios argentinas se retiraran de la Asociación³⁶.

Pero en esta disputa por la hegemonía los medios públicos y comunitarios también han cumplido un rol y han tenido un lugar.

Es así como el canal público VTV ha tenido un activo rol partidista, de reacción permanente ante los ataques de la oposición, con todo lo que ello implica en términos de quitar prioridad a la calidad informativa o al servicio público. Esto hecho es reconocido tanto por partidarios del gobierno así como por miembros de su administración:

Es la vitrina del gobierno y si tú revisas, no se si cambiará pero hasta ahora ha sido obstinadamente viejo, atrasado, ves siempre las mismas caras de los cuatro diputados, el discurso es demasiado gobernero, muy poco crítico; en un gobierno donde hay millones de contradicciones y millones de tendencias y nunca las ves, es mucha propaganda poca comunicación y se me hace difícil de cambiar (Pinto, 2005)

Al canal público le ha tocado dar la pelea mediática, porque le ha tocado estar en el terreno puesto por las grandes transnacionales de la comunicación que tienen un discurso permanente de agresión y de desvirtuar el proceso venezolano, así que siempre tiene que estar dando respuestas y le queda poco tiempo para hacer visible a la Venezuela que estamos construyendo, se queda mucho en el terreno de la defensa por el ataque mediático (Eekhout, 2005)

Mi crítica fundamental a Vtv, es que hacen muy poco periodismo, lo que no significa el discurso de gobierno u oposición, sino que soy de la idea de que

³⁶ Como nota curiosa, cabe señalar que en mayo de 2008 esta carta ya no estaba disponible en el sitio web de AMARC.

la mejor manera de derrotar la mentira, es a través de un buen periodismo
(Rodríguez, 2005)

Esta relación de permanente tensión implica una desconfianza mutua entre los medios privados y el medio oficialista, que hace más difícil el trabajo de los profesionales de las comunicaciones y pone fácil la descalificación mutua sólo por el hecho de ser opositores unos de otros. Desde el gobierno se reconoce este hecho y se intenta resolver con una política comunicacional seria:

Hay situaciones en las que alguna información que sale en los medios que por más que no sea de nuestro agrado, es cierta, es cierta y punto, lo que queda es investigar y tratar de corregir el problema, pero en concreto nosotros tratamos de apilar información, recopilarla, proveniente de las distintas instituciones del gobierno, para colocarla en la palestra pública
(Rodríguez, 2005)

En cambio, la relación de los medios privados con los medios comunitarios es más bien de indiferencia. Esta indiferencia es una forma de no reconocimiento a su trabajo. Una suerte de invisibilización, que se aprecia tanto con respecto a Catia TV como con respecto a Vive TV

Con los privados, como pareja divorciada, cada quien por su lado, yo no veo ahorita nada que nos una, ellos tiene una audiencia a la que se dirigen y han seccionado su audiencia, nosotros la nuestra, en la de nosotros, caben todos por supuesto, esa es la moral de revolucionario diría yo, pero ¿cuándo vamos nosotros a tener espacio en la tv? Nunca (Mago, 2005)

Los medios privados niegan a quienes hacen comunicación comunitaria el status de “comunicadores de verdad”, básicamente por la presunta falta de independencia implicada en el apoyo de parte importante de estos medios hacia el gobierno.

Pérez [periodista de Venevisión] claramente no reconoce a los reporteros de los medios comunitarios como auténticos periodistas. Para él, el apoyo del gobierno de Chávez a Catia TV y los recursos estatales que han permitido su crecimiento, socaban sus derechos a ser considerados verdaderos periodistas [original en inglés] (Schiller, 2005: 10)

Sin embargo, la independencia y la idea de una crítica “leal” forman parte de una manera clara

del discurso y la acción cotidiana de las experiencias analizadas:

No somos nosotros como Catia tv, yo como directivo, si no es más bien la gente que hace los mensajes y va a hablar bien de lo que hagan bien y mal de lo que hagan mal en la comunidad, y Catia no se va a prestar para decir que está bien, lo que está mal y que está mal lo que este bien, es la gente, [...] Si el 70% de la programación la hace la gente, van a tener que escuchar a la gente, hay que escuchar al pueblo lo dice Chávez y si en algún momento lo empiezan a criticar, va a tener que escucharlos o por lo menos Catia tv va a ser un canal para que lo digan, nosotros nos declaramos una televisora que cree en este proceso pero siendo críticos, no vamos a ser un instrumento para manipular, cuando haya que decir las cosas hay que decir las (Márquez, 2005)

En los medios privados no hay críticas del valor que tienen las críticas que se le hacen al gobierno, no salen en ningún lado, sólo en Vive y en las páginas alternativas, además estamos hablando de un canal que es del Estado, cuyo presidente es nombrado por el gobierno, cuya directiva es nombrada por el gobierno, y sin embargo, a mi juicio, es donde se hacen las críticas importantes a este gobierno, porque son críticas donde se parte de la idea del cambio (Rodríguez, 2005)

Asimismo, se trata de una percepción compartida también entre otros activistas y miembros de medios comunitarios:

Hay que ser crítico del proceso político actual, muchas cosas que están fallando y eso hay que decirlo; el hecho de que el gobierno nos esté apoyando no quiere decir que no tengamos enfrentamientos con las trabas burocráticas de diferentes agentes del Estado, porque son instituciones que están enquistadas desde hace años y que de la noche a la mañana no van a funcionar como uno quiere que funcionen (Moreno, 2005)

Nosotros somos súper autónomos y además vamos a seguir siéndolo, de forma y de discurso, nos hemos mantenido y vamos a seguir manteniéndolo, por eso somos incómodos, se nos necesita, se nos sabe leales al proceso pero también somos incómodos (Pinto, 2005)

En un segundo nivel de análisis se aprecia la inexistencia de puntos de encuentro entre los medios privados y los medios comunitarios, marcados por la autopercepción como modelos comunicacionales opuestos. Una de esas distinciones giraría en torno al binomio comercial – no comercial. Vive TV se concibe como opuesta a la lógica comercial de los medios privados, que pareciera supeditar todo a un valor monetario.

Los canales comerciales, que dominan a un 90 % de las ondas en Venezuela, pueden tener toda la plata del mundo y hacerlo sentir en sus shows, pero nunca podrán ocultar su carácter profundamente arcaico. Son presos de una lógica capitalista que los obliga a vender cada segundo de su tiempo. Ni sus noticieros pueden dejar de volverse mercancías amarillistas con falsos periodistas que son locutores o modelos y propagandas de shampu o de pañales entre dos breves. Es un mensaje autoritario para un televidente que calla y consume. La ruptura está en romper con este verticalismo del mensaje. La ruptura está allí mismo: en el rescate de la participación para construir una verdadera democracia. Como el Estado nos financia, estamos protegidos de las embrutecedoras leyes del mercado y no tenemos por qué prostituirnos (Deronne, 2005b)

Sin embargo, la salida propuesta -el financiamiento directo del Estado- deja la pregunta abierta por la medida en que la lógica estatal también puede convertirse en una forma de reducción o en una nueva supeditación.

Finalmente, habría diferencias en el tipo de representaciones que unos y otros hacen de la sociedad venezolana. Ante el racismo y el clasismo percibido en las televisiones privadas, tanto Catia como Vive procurarían imponer la idea de ser un medio para que esos grupos y colectivos estigmatizados tengan la palabra. Ante unos medios privados que “están atacando permanentemente con un lenguaje agresivo al pueblo venezolano, ellos han querido hacer ver que el pueblo es ignorante, que le faltan los dientes, que no tiene nada que decir, que no piensa” (Rodríguez, 2002), Vive TV da voz y recubre de dignidad a esos mismos grupos y sectores sociales:

Los rostros son los de los conductores mestizos de taxi, los de vendedores indígenas, los de jóvenes madres de piel oscura. Se parecen a la gran mayoría de las personas que uno puede cruzarse por las calles, pero se plantea una pregunta: ¿Hablan ambas cadenas del mismo país? [...]

Mientras que para los medios tradicionales privados el 70% de la población - el sector menos interesante para ellos- simplemente no existe, el proyecto de Vive TV es dar la voz a esta "Comunidad de los invisibles" (Lambert, 2004)

El contraste entre el comportamiento de los medios privados y la realidad cotidiana de la mayoría de la ciudadanía denota un desacople de intereses y aspiraciones de unos y otros que no es casual. Hay un dato interesante al respecto y que tiene que ver con el modo en que los medios masivos venezolanos representan a los sujetos sociales populares, que al mismo tiempo constituyen la base de apoyo más importante del gobierno venezolano. Como denunciara el canciller Roy Chaderton ante la Asamblea General de la Organización de Estados Americanos reunida en Santiago de Chile durante junio de 2003, en Venezuela:

“Hay un racismo abierto y descarado que me obliga a denunciar a varios medios venezolanos y a presentadores de televisión y periodistas por propiciar el odio y el desprecio racial entre venezolanos. Me pregunto si no merece un mínimo de atención el hecho de que medios privados, al referirse a altas autoridades oficiales venezolanas de piel morena o negra, los llamen directamente ‘monos, macacos, chimpancés o monacales’. No encontrarán ustedes en Venezuela presentadores de noticias o anfitriones de programas de opinión de color negro o mestizo. En un país donde somos de todos colores y mezclas (...) no hay niños negros en los comerciales publicitarios. Sólo niños rubios” (Chaderton, 2003).

En la misma línea se orientaba la denuncia de Emilio Menéndez del Valle (2003), embajador de España y eurodiputado socialista al destacar que “los chavistas son normalmente descalificados como lumpen, negros, ignorantes, simples, gentes sin educación, algo que automáticamente se traslada a Chávez. Muchos en la clase media y las clases altas los desprecian por razones materiales, socioeconómicas”.

De manera que la denigración sistemática del mayoritario sector mestizo y de las etnias afroamericanas e indígenas que integran el pueblo venezolano no deja de producir efectos, permitiendo comprender asimismo la comunión de intereses que se ha generado por otro lado entre el gobierno y los medios de comunicación comunitarios, que queda expresado tanto en el rol que estos medios han jugado en la difusión de los logros y debilidades del proceso de transformación impuesto por el gobierno de Chávez como en el apoyo que estos han recibido

durante este mismo período para convertirse en un referente mediático diferente del Estado y de los privados, como se verá en el apartado referido a políticas de comunicación.

A pesar de reconocer esta mediatización de la política, hay quienes consideran que el análisis no debe sobrevalorar el poder y la influencia de los medios de comunicación privados. Los medios sólo operarían como espacio de representación de otras disputas mucho más estructurantes del conflicto social:

Si es tal el poder de convocatoria, de convencimiento, de manipulación de los medios, yo me pregunto por qué estos no convencieron a la otra mitad [...] los medios no son tan poderosos para convencer a la gente. Debe haber otros elementos, que aunados a los mensajes mediáticos hacen que la gente asuma determinado comportamiento y asuma determinadas opiniones, [...] los medios son productores de consignas de decisiones tomadas en otra instancia, a otro nivel de la estructura social (Dragnic, 2005)

Academia, oposición de clase y legitimidad social

A pesar del legado intelectual existente en Venezuela en el ámbito de las comunicaciones al cual ya me he referido dentro del apartado de “Antecedentes”, ni los comunicólogos ni los centros de investigación más reconocidos en este ámbito a nivel nacional se han dedicado a registrar y analizar el proceso que se está desarrollando en este país desde el punto de vista del sistema de medios. Exceptuando investigaciones producidas por el interés individual de ciertos investigadores aislados, no ha existido durante el período de gobierno de Chávez un proyecto más amplio de investigación de la problemática de los medios de comunicación y sus contenidos. Y los resultados de las investigaciones existentes están muy permeados por las posiciones políticas de los investigadores, que han tenido una actitud más bien opositora al proceso político que se vive en el país. El conocimiento que aspira a ser serio y ecuánime - científico, en último término- se habría resentido en este contexto:

La academia está compuesta por personas, y la mayoría de los profesores investigadores, asumieron una posición militante en la oposición; es decir, en ningún momento han pasado a asumir su tarea de investigadores serios, científicos, de un análisis crítico de la acción de los medios de comunicación masiva, la mayoría. Otros si lo han asumido y con mucha

dificultad en el mismo medio académico. Han sido hostigados y trabajan con mucha dificultad y han tenido que buscar refugio en otros sitios para trabajar (Dragnic, 2005)

Dragnic se atreve a aventurar una hipótesis sobre esta actitud de oposición y también de invisibilización del proceso político de parte de la academia como parte de un problema de clase: la clase media y los intelectuales como parte de ella se sentirían incómodos y culturalmente amenazados con la redistribución del poder que está implícita en el proceso de transformación social que se lleva a cabo en Venezuela y que en términos simbólicos se agrava todavía más cuando la figura que lo encarna es precisamente un hombre de clase baja, militar, de aspecto y maneras poco refinadas:

Seis años atrás uno ve surgir este personaje que lucha, de origen popular, militar y con una formación académica y política, cuyas expresiones verbales, comportamientos, gestos, apariencias, lo revelan como una persona perteneciente a lo que llamamos culturas populares; esto y ciertos errores grandísimos que cometió Chavez al comienzo de su gobierno, hicieron percibir en este grupo de intelectuales -por supuesto, la clase media en su aún mayoría-, una especie de amenaza, la amenaza de los excluidos en relación a los sectores de la clase media a la cual pertenecen estos profesores universitarios, investigadores (Dragnic, 2005)

En contraste con esta oposición “cultural” y “de clase”, el proceso bolivariano cuenta con una importante dosis de legitimidad, tanto en términos absolutos como comparativos dentro del contexto latinoamericano. Según datos del Latinobarómetro de 2005, Venezuela sobresalía entre sus pares en varios aspectos relacionados con la evaluación del gobierno, la evaluación de la economía y de la cultura cívica por parte de la población:

- El 65% aprobaba la forma en que el Presidente dirige el país, ocupando así el 4° lugar a nivel latinoamericano y compartiendo este sitio con Chile.
- Junto con Uruguay, Venezuela constituía uno de los dos países latinoamericanos con más alta cultura cívica de la región, donde existen los mayores niveles de legitimidad de los partidos y del congreso (arriba del 60%), altos niveles de percepción de cumplimiento de la ley (cerca del 40%), así como cerca de un 60% de percepción de exigencia de derechos y arriba del 45% de percepción de cumplimiento de obligaciones.

- Un 42% de percepción de progreso en la reducción de la corrupción de los últimos dos años
- Una valoración de 7,6 (la más alta del continente, en un rango de 1 a 10) respecto de cuán democrático es el país (CL, 2005)

Según datos de 2007 de esta misma fuente:

- El 52% de la población considera que la situación económica del país es muy buena o buena. En el resto de los países este porcentaje se mueve entre el 2% y el 26%.
- El 47% de la población se considera “muy de acuerdo” o “de acuerdo” con la afirmación de que la privatización de empresas estatales ha sido buena para el país y es el país donde este porcentaje de buena evaluación es el más alto.
- El 59% de la población se manifiesta satisfecha o muy satisfecha con el funcionamiento de la democracia en su país. Este porcentaje sólo es superado por Uruguay, con un 66%.
- El 55% considera que la distribución de la riqueza en el país es justa. En el resto de países este porcentaje se mueve entre el 6% y el 30%.
- Venezuela posee el mayor porcentaje de confianza en los partidos políticos dentro de la región, con un 36% (CL, 2007)

La buena percepción de su propio país que parece mayoritaria entre los encuestados venezolanos no deja de resultar sorprendente para los investigadores que se encuentran tras el propio informe, para quienes “Venezuela parece vivir un tiempo de sobre optimismo que eleva sus evaluaciones, expectativas y opiniones” (CL, 2007: 24), el cual estaría “probablemente influenciado por el gasto de gobierno y el alto precio del petróleo” (CL, 2007: 17). Este tipo de afirmaciones ponen en evidencia que las resistencias intelectuales hacia el proceso venezolano trascienden fronteras.

Por último, como contraste y aporte a la idea de desacople entre medios de comunicación y ciudadanía, resulta conveniente citar nuevamente al Libro Blanco sobre RCTV. En este se señala que mientras en 1993, el Latinobarómetro arrojaba un alto índice de confianza de Venezuela en los medios de comunicación social (entre 60% y 79%) en el 2006 la misma encuesta señalaba que este porcentaje se había reducido al tramo entre 40 y 49% (MINCI,

2007).

Particularidades del soporte televisivo

Soporte y Alcance

Catía TV está localizado en el canal 41 de la banda UHF, con una señal que en términos geográficos abarca gran parte de las Parroquias de la zona Oeste y Noroeste de Caracas: Sucre, 23 de Enero, La Pastora y El Junquito, Altigracia, Catedral, San José y San Agustín; zona que concentra la mayor población de habitantes de la ciudad capital (cerca de un millón de habitantes) y que adolece de una problemática social de grandes magnitudes.

La gente de Catía TV reconoce el desafío que implica montar una televisión, en términos de costos y complejidad del trabajo que supone en comparación, por ejemplo, con una radio. Las radios comunitarias son vistas como un medio de comunicación mucho más simple de implementar y también más fácil de mantener en el tiempo.

Creo que pueden haber muchas radios comunitarias, porque hacer un programa de radio no es tan costoso como hacer un programa audiovisual. Hacer funcionar un canal de televisión es mucho más complejo y costoso [...] Nosotros transmitimos catorce horas de programación y esto es muy costoso inclusive repitiendo algunos programas [...] Para que existan experiencias similares va a pasar tiempo; es un asunto complejo y repito costoso. No es fácil y nosotros somos como los primeros que comenzamos este camino. La tarea es titánica (Márquez, 2005b)

No obstante, el desafío se asume. Porque genera ganancias sociales con creces. Y se hace con acciones concretas que pasan por la entrega de herramientas tecnológicas y formativas a las comunidades, para que estas aprendan a usar el soporte televisivo para expresarse.

Nosotros queremos transmitir lo que de veras hace la gente de los diferentes sectores populares [...] Es por eso que nosotros ofrecemos todo el apoyo, tanto técnico como educativo, para que los productores independientes puedan de verdad hacer sus trabajos (Márquez, 2005b)

Aunque Catía TV cuenta con un potente equipamiento, que incluye una sala de postproducción,

2 platós con gradas para hacer programas con público, una biblioteca y talleres de formación permanente, su actual director reclama el apoyo económico necesario tanto para sí como para otras experiencias de tv comunitaria, pues sin él no se podrá avanzar ni desarrollar este tipo de experiencias como referentes de televisión de calidad.

Vive TV, por su parte, es un proyecto de alcance nacional, aunque su penetración hacia el interior del país ha sido paulatina. En 2005, ya alcanzaban al 60% de la población del país y a fin de año esperaban cubrir todo el país. Procurando un alcance nacional pero sin por eso ser centralista, Vive tiene el propósito de instalar centros regionales que alimenten a la televisora. El primero de ellos en Zulia, la región más rica de Venezuela.

Se está planteando crear tres centros regionales este año, pasando por supuesto por un proceso de formación de movimientos sociales, de comunidades, que entonces van a empezar a producir desde allá, enviando su producción a todo el país. Pero ya no vamos a ser nosotros los que nos vamos a desplazar sino ellos mismos (Deronne, 2005)

En términos más alegóricos -esto es, cuando el alcance remite a las audiencias imaginadas- tanto Catia TV como Vive TV pretenden llegar al “pueblo”, entendido como aquellos colectivos históricamente postergados o excluidos de la historia y de los proyectos políticos nacionales.

¿Cuán simple o compleja es la imagen de esta audiencia imaginada? ¿se trata de *el pueblo* entendido bajo una distinción económica? ¿O se trata más bien de una distinción idealista que remite a un reducto de sociabilidad heroico? El quehacer de los medios comunitarios parece señalar que de lo que se trata es de un *pueblo* receptor que es el mismo tiempo el *pueblo emisor*, que en cualquiera de estos dos roles mantiene una actitud activa como actor social.

Este “público popular” que Catia TV imagina no es una audiencia de espectadores, sino de productores [...] Ellos no se acercan a las audiencias como un “objeto a ser conquistado” [...] Más que eso, ellos invocan a la participación en la producción como el espacio para la lucha cultural y política. La orden de “no vea televisión, hágala” imagina e invoca a un público que es capaz de ser productor de televisión. Su lema es un grito de convocatoria, una llamada desafiante que cuestiona la dominancia de los medios comerciales en la esfera de la producción de medios [original en

Lenguaje y contenidos

Para entender el diagnóstico y el horizonte hacia el cual es planteada la pregunta por el lenguaje y contenido propio en las experiencias del caso venezolano, conviene empezar por analizar sus slogans: “*No vea televisión, hágala*” en el caso de Catia TV y “*Ahora el control lo tenemos todos*”, en el caso de Vive TV. De ellos se desprende como motor de su accionar el deseo de revertir lo que se diagnostica como el robo de la palabra y el robo de la imagen de los sectores populares por parte del sistema tradicional de medios, en un enfoque centrado en el valor social de los sujetos antes que en su eventual valor comercial.

Nuestro mayor protagonista en Catia tv es la gente formándose: carpinteros, albañiles, obreros, ama de casa, pintores, electricistas, niños, adolescentes que hagan los talleres y se formen (Márquez, 2005a)

Hay algo que tiene Vive que son sus imágenes, sus edificios, sus promociones. Es vital. No es una imagen para exhibirse, para el show; bueno, es obvio cuando tú dices que el sujeto hablante en esta tv no es un objeto, no es un producto, si no que es realmente el hombre, entonces esa imagen no puede ser distinta a lo que pasa, tiene que tener su colorido (Mago, 2005)

En el caso de Vive TV, esta recuperación del habla y la imagen de los sujetos populares por ellos mismos tiene un alcance incluso más allá de los límites de Venezuela y conecta a estos sectores a nivel latinoamericano:

Ha sido el único medio donde podemos encontrarnos y compararnos con nuestros hermanos colombianos. Encontrarnos y compararnos en todas sus diversidades, sus formas culturales, históricas, forma de vida, y en sus contradicciones políticas. Con los argentinos, los brasileños, con los peruanos, los bolivianos, guatemaltecos, ha sido esa ventana y para muchas otras cosas también (Saldivia, 2005)

En Catia TV reconocen que por medio de su trabajo están creando un lenguaje nuevo, una

nueva estética, posibilitada por el uso de la televisión para una causa transformadora, donde el sujeto pasa de su rol tradicional de consumidor pasivo al de productor participante en la generación de un discurso, de una mirada, de una lectura de los hechos. A nivel de contenidos, Catia TV enfatiza aquellos que tienen que ver con el empoderamiento de la comunidad en la cual se encuentra: “que iluminan su agencia, la organización de la comunidad [...] como parte de un esfuerzo por organizarse para conseguir mejores condiciones de vida” (Schiller, 2005: 5). De manera concreta, estos contenidos quedan detallados en la definición de su línea editorial, centrada en los derechos humanos, la conciencia de género, el latinoamericanismo y la construcción del poder local, entre otros principios. La palabra que define y agrupa a todos esos contenidos es “popular” (Márquez, 2005b).

En concreto, hablar desde lo popular significa que los realizadores comunitarios hablen desde su propia posición en el mundo, una posición históricamente subordinada pero no por eso carente de valor y con posibilidades de ser comprendida al ser compartida con otros.

Que puedan inventar cotidianamente desde qué estética quieren hablar, puesto que creemos que los realizadores comunitarios no sólo tienen muchas cosas que decir, sino que cuentan con un sin número de vivencias, por demás únicas y especiales, capaces no sólo de producir historias nuevas, sino de crear nuevos lenguajes para contarlas (Márquez, 2005a)

Junto a los contenidos relacionados con la cotidianidad de la vida barrial, Catia TV también usa el soporte televisivo para introducirse en temáticas contingentes, donde puede llegar a confrontarse tanto con los medios privados como con el empresariado tradicional e incluso con la clase política dirigente.

Aunque el grueso del contenido de la programación hecha con este sistema se produce por iniciativa de la comunidad, el canal también realiza sus propios trabajos, con sus propios enfoques. Esto les ha traído confrontaciones en algunas ocasiones, con sectores poderosos que atentan contra los derechos de las personas. Así, Catia TV se involucra en la problemática de los trabajadores de una fábrica, así como con las denuncias en los barrios, que involucran incluso a autoridades (Falconi, 2005)

La labor formativa que realiza Vive TV con los miembros de su equipo y con los de los centros

regionales constituye uno de los pilares básicos del lenguaje, la imagen y el ritmo que el canal busca consolidar como su sello propio. El punto de partida de la enseñanza entregada es la premisa de que es necesario entender la realidad para poder cambiarla, por lo que se trata de una formación esencialmente práctica. Junto con la adquisición de conocimiento del lenguaje audiovisual, la propia praxis formativa va ayudando a una redefinición del concepto de información e incluso de periodista, desde el punto de vista de aquello que debiera caracterizar a un canal de orientación comunitaria, a saber: una vuelta a los orígenes del género documental en sus diferentes vertientes, al tiempo que una renovación del género en virtud de las necesidades y procesos sociales en curso.

Entonces, tanto hacia adentro como hacia fuera estamos capacitando a nivel de documental [...] Desde el primer día la gente sale con la cámara a hacer las tomas. El análisis de las mismas permite entender cómo el lenguaje puede enriquecer y ayudar a expresar una idea. Esa discusión colectiva entonces nos hace avanzar en lo que es conocer el lenguaje y al cabo de 10 días de práctica permanente, de análisis colectivo, de mucha participación, hay un grupito ya de gente formada para poder realizar programas [...] ya no es solamente la expresión de unas luchas de sectores que estaban invisibilizados: también se ha abierto mucho hacia la redefinición del concepto de información hasta del nuevo periodista que necesita este proceso (Deronne, 2005a)

De manera que en Vive TV existe una clara conciencia de la coherencia y consecuencia que ha de tener su lenguaje televisivo con el proyecto de país que se está construyendo.

Cuando tú dices que hay una apertura, que no vamos a vender nuestras empresas principales, cuando tú tienes como ministros a unas personas que tienen una noción más del colectivo y no de la apropiación, están pasando cosas. La televisión no puede ser distinta. [...] Cualquier modelo de representación tiene que ser realmente representativo de lo que está sucediendo (Mago, 2005)

A nivel de la emisión, Vive destaca como parte esta misma lógica, un uso más pausado del tiempo y una dimensión procesual de la información.

No abandonamos nunca la idea de servicio público porque la información

también se nutre del seguimiento de las cosas, la perspectiva del tiempo, rechazando así el puntualismo de lo comercial; así queremos abrir la perspectiva del tiempo (Deronne, 2005a)

Pero ha de tenerse en cuenta que este énfasis en el tiempo de la reflexión puede ser difícil de asimilar desde la lógica más tradicional del consumo televisivo: puede ser valorado en su especificidad, pero no puede convertirse en el único estilo de lenguaje:

Se debe de tener cuidado con algunos aspectos que tienen que ver con la cámara, la edición, no hacer escenas tan largas, porque cansan al televidente (Zavala, 2005)

Si uno ve un programa de una hora en Vive TV para algunas personas se puede hacer aburrido porque muestran el proceso completo de discusión de las personas (Rodríguez, 2005)

Los distintos noticieros que emite el canal sirven para ejemplificar esta puesta de los sujetos en el centro, que asumen protagonismo desde su propia cotidianeidad, su diversidad y especificidad. Existe el noticiero de los niños, el noticiero indígena, el noticiero del cambio y el noticiero de los trabajadores:

El niño deja de ser el niño de los shows comerciales que hasta sirve para vender ropa playera [...] sino alguien que tiene que aportar, contribuir a la construcción de la sociedad. Desde su visión, que no es la del adulto, pero que tiene tanta importancia como ésta [...] Está el noticiero del cambio, donde realmente el movimiento campesino, los comités de tierra urbana, asumen cada vez un papel protagónico en la investigación, en la realización y en la difusión (Deronne, 2005a).

Pero la centralidad de los sujetos en sus condiciones estructurales parece ser un tópico que atraviesa no sólo al género informativo, sino también a los educativos y culturales. De cualquier modo, cualquiera sea el propósito final de cada programa, todos ellos terminan desarrollando también otros atributos que enriquecen el lenguaje de la programación con beneficios no esperados. Es el caso de un programa de cocina cuyo principal atributo radica en la proximidad y encuentro que genera en la audiencia, “donde cocina la señora con la vecina, la señora con el marido que la asiste [...] Su gran valor es pues su humanidad [...] La relación de ella con su

cocina, con sus peroles, con sus alimentos”; un programa sobre niños estudiantes en que se produce un intercambio de experiencias escolares sin mediación de los adultos en que “un niño le enseña a otro niño, sin el control adulto, de manera que no ven a niños disfrazados, imitando” o un programa informativo -Venezuela adentro- cuyo principal atributo es la disolución de la figura del periodista estrella y la emergencia de la gente común, desde su propio lenguaje y experiencias (Mago, 2005).

Finalmente, destaca dentro de la programación el programa “Real y medio”, un programa semanal de análisis de la información difundida por diferentes medios de comunicación impresos y audiovisuales, que introduce así dentro de un medio de comunicación una crítica desmitificadora de los distintos soportes mediáticos. Con la debida distancia, este programa tiene un formato bastante similar a *Communications Updates*, que Herbert Schiller hacía en Paper Tiger durante la década de los 80s y que ha sido descrito en el capítulo correspondiente a Estados Unidos:

Excepción en el paisaje mediático venezolano, Vive TV propone los fines de semana un programa de información sobre la producción de programas: una forma de transparencia sobre el funcionamiento de la cadena y la construcción de la información en general demasiado raro en el sector mediático (tanto en Venezuela como en los demás lugares) (Lambert, 2004)

En síntesis, el trabajo de crear un lenguaje y unos contenidos propios por parte de las experiencias del caso venezolano es un proceso que los mismos protagonistas consideran inacabado y de búsqueda permanente y donde la ficción sigue siendo un tema pendiente, pues como dice Mago (2005), “hay que rescatar la realidad empezando por el documental, pero es necesario ficcionar a través de representarnos por medio de la dramatización, de la exaltación, la sublimación, y para allá vamos a ir en algún momento”. Este proceso, por su carácter inacabado, conlleva el riesgo de no encontrar la adecuada empatía con la audiencia, que es al mismo tiempo, el propósito último de estas experiencias.

Emisión y recepción

En este punto, las experiencias del caso venezolano se pueden resumir en tres frases: cualquier persona puede ser emisor , intercambio entre emisión y recepción y separación medio –

mensaje.

El sentido de la primera frase es que no se necesita ser experto ni profesional para poder generar contenidos audiovisuales. Más bien los requisitos van por el lado de aprender el crecimiento personal, el trabajo en equipo y sobre el terreno. De manera que hay una apuesta por la formación artesanal de las personas de las comunidades, con independencia de su oficio o trabajo más oficial.

Nos han cuestionado que ¿cómo es que una ama de casa o un latonero o un albañil podían hacer televisión? Bueno, hemos demostrado que sí pueden hacer programas audiovisuales y de calidad. Nosotros les damos formación, les enseñamos y es un proceso de aprendizaje, de ir poco a poco evolucionando (Márquez, 2005b)

Esta democratización del acceso a la emisión es concebida como una aplicación práctica de la idea de una democracia participativa que es el hilo conductor del proceso desarrollado en Venezuela desde la llegada de Chávez al gobierno:

Sabiendo entonces que la comunidad es el verdadero sujeto del medio, tenemos ahí mucha coherencia con el proceso en general, desde la constitución que es participativa, protagónica, donde el Estado no puede seguir solo, tiene que haber co-responsabilidad de las decisiones, tiene que haber co-gestión de muchos proyectos, de iniciativas donde el Estado y la comunidad se articulan, [...] lógicamente el medio comunitario no podía escapar de esa definición de protagonismo y participación, eso también ha sido una influencia importante del reglamento (Deronne, 2005a)

Por su parte, la idea de un intercambio de roles en la emisión y recepción tiene que con que el emisor que produce el mensaje a su vez forma parte de la comunidad que lo recibe (en un sentido geográfico como de comunidad de intereses). Mientras en Catia TV este intercambio opera a nivel de comunidad o barrio, en el caso de Vive TV este intercambio opera más bien a nivel de los actores que pertenecen a diversos colectivos distribuidos a lo largo del país, vinculados tanto a los nuevos como a los antiguos movimientos sociales.

La idea de separación entre medio y mensaje, en tanto, remite a la idea de que los responsables

de mantener el medio comunitario y de dar la formación no tienen la facultad de ejercer una censura previa sobre los contenidos que generan los miembros de la comunidad en tanto emisores, lo cual tiene sin embargo un doble filo: aumenta la legitimidad del medio como expresión de las bases sociales y la responsabilidad de estas respecto de los contenidos emitidos, pero puede eventualmente dejar a estas últimas en una situación de indefensión en el caso de denuncias de abusos o corrupción, por ejemplo.

Los responsables del medio no son los mismos que generan el mensaje dando así la posibilidad de que cada comunidad sea dueña de su discurso, sin intermediarios, sin productores o periodistas ajenos a la misma, de esta manera las comunidades toman la palabra y se responsabilizan de ella, pues a su vez la televisora (el medio) no se hace responsable de los comentarios emitidos por estos equipos de producción (Sosa, 2005)

Todo lo que digamos en los programas son nuestra responsabilidad, si alguien ve Catia tv y ve algún mensaje que no le gusta no va al medio, a Catia tv, si no va directamente con el productor independiente para pedirle una explicación de aquello que pasó (Zavala, 2005)

Concretamente, la separación medio – mensaje significa que tanto Catia TV como cualquier estación comunitaria sólo puede producir por sí misma un máximo del 30% de la programación, por lo que el resto tiene que ser producido por voluntarios de la comunidad. Aunque en Vive TV los porcentajes difieren un poco -el máximo de programas de producción interna no debe sobrepasar el 40% .

Por último, para potenciar la dimensión afirmativa de esta idea, Vive TV cuenta con una institución propia de contraloría denominada Consultoría social, la cual agrupa a representantes del Comité de tierras del Movimiento de los Campesinos, del Movimiento de los trabajadores, de las Mujeres Organizadas, de los Medios Comunitarios, de los Afrodescendientes y de las Comunidades indígenas, que se reúnen mensualmente con los miembros de la dirección del canal para evaluar, orientar y proponer orientaciones sobre los contenidos que éste debiera emitir. De esta manera, el rol activo de la audiencia llega a un grado en que no solamente se logra que las comunidades “sean simplemente la gente que aparece, sino la gente que está determinando el rumbo de canal” (Eeckhout, 2005).

Sustentabilidad social

Praxis social y discurso

Un impulso que precede a la creación de Catia TV es la representación de los sectores populares que han realizado históricamente los medios privados, particularmente los canales de televisión, la que es percibida como tendenciosa por la descalificación y caricaturización que contiene.

Hubo una campaña enorme también para desdibujar lo que era el ser venezolano, ser venezolano se asociaba a ser corrupto, flojo, desvalorizando todo lo que éramos y sobre todo intentando romper y borrar nuestra memoria, nuestra historia de país luchador, de país de gente que participó en la liberación de gran parte del continente [...] Y ver la televisión venezolana era ver una televisión totalmente distinta a lo que es nuestro país, un país que de repente se presentaba al mundo como un país petrolero y como país de misses (Eekhout, 2005)

Lo anterior se comprende mejor cuando se advierte que desde el advenimiento de Chávez al gobierno las representaciones sociales operan como un campo de disputas de base política entre chavistas y opositores. En esta disputa, los medios comunitarios procuran crear una fuerza social, pero en el proceso van quedando permanentemente como el *jamón del sandwich*: aunque preservan su autonomía, en la práctica su discurso se acerca al discurso del chavismo y se aleja del discurso de sus opositores, por lo que son vistos desde la oposición como servidores del poder político de turno.

El mismo diagnóstico de Catia TV se encuentra a la base del surgimiento de Vive TV: hacer visibles a aquellos colectivos históricamente excluidos (afrodescendientes, campesinos, indígenas), que sólo aparecen en los grandes medios de manera negativa y no como parte de la construcción de un proyecto de país, confirmándose así la continuidad entre la experiencia comunitaria de pequeño alcance con la experiencia comunitaria de alcance nacional.

Construir sin tener que argumentar políticamente, si no simplemente, realizando el protagonismo de la comunidad, haciendo que estos rostros invisibilizados, el rostro mestizo, campesino, afrodescendiente, indígena, el del niño como sujeto, tenga un canal, un espacio tenga las herramientas

para expresarse desde su punto de vista, desde sus sensibilidades y desde sus sueños, entonces eso es lo que Vive ha querido hacer desde un principio y sigue desarrollando poco a poco (Deronne, 2005a)

Es por esta razón que el horizonte hacia el cual se plantea el accionar de Vive TV es la transformación de modelo comunicacional dominante por medio de la construcción del poder contrahegemónico, que se enmarca en su visión y el proyecto de país que se está implementando en Venezuela como proceso de transformación desde que está Chávez en el gobierno.

Nosotros estamos haciendo el ejercicio de transformar el modelo comunicacional que necesita una democracia participativa y protagónica, que exige que la comunicación sea una herramienta en manos de la gente, que los canales públicos estén al servicio de cambiar el paradigma de la comunicación dominante [...] porque el poder no puede estar en manos de los dueños de los medios, el poder tiene que estar en la comunicación y la comunicación es entre sujetos, entre ciudadanos pensantes y es una tarea que tenemos todos (Eekhout, 2005)

Un hito histórico que marca particularmente el surgimiento de Vive, es el intento de Golpe de Estado del 2002, tanto por la cobertura que recibió por parte de los medios privados como por el lugar de estos como actores políticos en este hecho. Vive TV se concibe como una respuesta del Estado a los procesos sociales. Ante el diagnóstico de la necesidad de cambiar el modelo comunicacional dominante, el Estado asume una responsabilidad directa en cambiarlo, cuestión que hace de manera concreta al introducir un nuevo canal en el espectro radioeléctrico: un canal estatal, pero con una connotación social. Ante el momento crítico que significó el intento de Golpe, Vive TV concibe su surgimiento como una exigencia del momento histórico, a saber: la puesta en circulación de un discurso legitimador al mismo tiempo que crítico del proyecto bolivariano, pero desde la perspectiva de quienes son sus principales beneficiarios: los grupos sociales históricamente postergados en el país.

Esto no estuvo de la mente de alguien y luego se originó. Estos inventos salen así, de las necesidades, la conciencia –finalmente- de nuestro momento. No puede ser producto de otra cosa. Vive es resultado de un golpe de Estado dado por los medios como actores de eso, que estimulaban y provocan a través de una marcha efectuada el 11 de abril que no fue

convocada una semana antes, esto fue un trabajo más de inteligencia que se llevó a cabo, que movilizó y tuvo esa consecuencia (Mago, 2005)

La idea era crear un segundo canal público digno de este nombre, con misiones fundamentales del servicio público, educación, cultura; ahora cuando hablas de una televisión alternativa del Estado, es feliz la fórmula, de hecho, yo diría comunitaria, porque ese protagonismo de la comunidad, se hace realidad a través de muchos programas (Deronne, 2005a)

En síntesis, tanto en Catia TV como en Vive TV existe claridad acerca de la relación entre proyecto social y proyecto de comunicación. Un proyecto político y económico que reniega del neoliberalismo no puede carecer de un correlato a nivel comunicacional.

El modelo neoliberal de los medios no pone a la comunidad y a las personas en el centro de las cosas, sino que apunta a crear espectadores que ven solos televisión en sus casas. Nosotros no queremos espectadores, queremos comunicación [...] En la esfera de la comunicación nosotros queremos crear el tipo de herramientas que existen en la economía, como las iniciativas de Banmujer y el microcrédito que han ayudado a la gente a empoderarse ellas mismas [original en inglés] (Eekhout, 2004)

Y entre sus directivos se considera el ordenamiento legal como un marco que pautea las posibilidades de llevar a la práctica un sistema comunicacional participativo basado en sujetos que se conforman en su contexto comunitario, entendiendo el Estado como un todo que se constituye a posteriori desde los colectivos que conforman activamente la nación y no como un apriori abstracto, que en el presente se debate entre lo que fue y lo que quisiera ser.

Comunidad y Estado que deciden juntos y tienen que asumir juntos sus decisiones. Esto genera programas en los cuales nace este diálogo, a veces lento o contradictorio, en torno a las más diversas situaciones: vivienda, tierra, educación, y sobre los derechos y deberes de cada uno [...] Que el viejo Estado que no termina de morir lo entienda: siempre puede haber tensiones, críticas o malentendidos, pero es nuestro deber mantener la línea de la construcción del Estado nuevo a través del protagonismo y de la corresponsabilidad (Deronne, 2005b)

Tecnologías y profesionalización

Tanto Catia TV como Vive TV cuentan dentro de su estructura con espacios que abordan la formación audiovisual de los miembros de las comunidades. En el caso de Catia se trata de los Equipos Comunitarios de producción audiovisual independiente (ECPAIs) y en el caso de Vive se trata de la Escuela Popular de Cine.

El precedente de los ECPAIs eran los talleres formativos de carácter autodidacta que impartían las televisiones comunitarias a los miembros de sus comunidades para convertirlos en emisores:

La propuesta era sencilla: donde la gente aprendiera a hacer cámara desde formatos sencillos, prácticos, compactos, donde contaran sus sonidos e imágenes y donde la gente empezara a contar su realidad a partir de cómo ellos veían sus imágenes y cómo oyen su sonido (Saldivia, 2005)

Posteriormente, estos talleres se institucionalizaron bajo el nombre de ECPAIs y actualmente forman parte de las responsabilidades que deben cumplir los equipos de administración de los canales comunitarios, como parte de una política de comunicación que apuesta por la democratización de la emisión:

Es obligación legal del medio comunitario a través de su directiva [...] implementar de forma permanente un sistema de formación para que en la comunidad no sea un pequeño grupo el favorecido que tenga acceso al lenguaje y luego a la producción y a la difusión del mensaje, sino que sea renovado permanentemente, ampliado a la mayor cantidad posible dentro de la comunidad (Márquez, 2005a)

Los ECPAIs son los núcleos de formación y producción audiovisual que constituyen los barrios a los que llega la señal de Catia TV. Por medio de estos equipos el canal capacita a los miembros de la comunidad en cursos de unos pocos días donde incluyen temas técnicos, comunicativos y políticos. Se trata de una formación que busca sintonizar a los miembros de las comunidades con los procesos de cambio social imperante, para que luego lo puedan traducir en mensajes concretos a partir de sus posiciones sociales concretas. Esta sintonización no excluye la propia crítica del proceso.

Se hace una asamblea general y se resuelve la constitución de un ECPAI, que debe asistir a un proceso de capacitación en comunicación y labor comunitaria, durante tres sábados y tres domingos seguidos. Lo primero está destinado a enseñar cómo manejar los equipos y algunos conceptos sobre televisión, y lo segundo es la entrega de herramientas a la población para integrarse de mejor manera a los procesos políticos de participación comunitaria, algo en lo que también está interesado el gobierno (Falconi, 2005)

Por medio de los ECPAIs las televisoras funcionan como facilitadores del empoderamiento de las comunidades, cuyo horizonte último es convertirlas en emisoras autónomas. Cada ECPAI surge de una comunidad convencida de la necesidad de formarse en los códigos del lenguaje audiovisual como mecanismo para poder comunicarse con otras comunidades como con el resto de la sociedad.

La cosa comienza cuando un barrio (que generalmente son de aquellos ubicados en los cerros de Caracas) comprende que sus problemas deben ser conocidos por las autoridades y por la gente, o que sus experiencias deben servir para mejorar en algo la realidad de otros sitios; entonces, la comunidad se organiza en sus instancias naturales, como el comité barrial, y llama a los representantes de Catia TV a una reunión para recibir una explicación de qué propósitos mueven al canal y cómo funciona su trabajo con la comunidad, así como también para explicarle la problemática que vive el barrio (Falconi, 2005)

La Escuela Popular de Cine tiene un origen mucho más relacionado con la relación entre imagen y arte, que nace originalmente como un proyecto en una ciudad del interior de Venezuela, pero luego se intenta replicar desde el canal comunitario nacional. Aquí se aborda el problema de la invisibilización de los sujetos populares y la transformación de los mismos en emisoras, pero hay también una reflexión mucho más presente y cotidiana sobre el lenguaje audiovisual necesario para abordar este desafío, incluyendo la presencia y participación de audiovisualistas nacionales como extranjeros. Pero a pesar de estos matices, el propósito último es coincidente con el de Catia TV.

Esto ya no es solamente la expresión de la lucha de algunos sectores que estaban invisibilizados, también se ha abierto mucho a la redefinición del

concepto de formación hasta la del nuevo periodista que necesita este proceso y hay muchas zonas que sabemos que tenemos que abrir ahora, como es el de la ficción, es una escuela que está ahora abriéndose y está evolucionando, algunos representantes de la comunicación social de América Latina han estado dando talleres, eso lo queremos sistematizar, que cada vez vengan más docentes latinoamericanos y alumnos latinoamericanos y que de aquí puedan salir alumnos para otros países hacia otras culturas de formación (Deronne, 2005a)

En un guiño a la teoría, podría decirse que tanto los ECPAIs como la Escuela Popular de Cine vuelven praxis la figura del *Emirec*, postulada por Mario Kaplún (ver capítulo 3).

En cuanto al lugar de los expertos en las experiencias, estos han estado acompañando a Catia TV desde el principio, incluso en su *prehistoria videoactivista*, por medio del establecimiento de alianzas de cooperación, que se expresaban tanto en el vínculo con instancias universitarias como en el rol que jugaban los universitarios del barrio como interlocutores de las necesidades barriales ante las instancias de poder local.

Para 1996, los videos de Catia TV circulaban entre amigos, vecinos y mediactivistas a través de Caracas Oeste. Yendo más allá de su barrio, Rosero y Eekhout también formaron importantes alianzas con varios estudiantes de la Universidad Central de Caracas, que proporcionaron apoyo técnico clave [original en inglés] (Schiller, 2005: 5)

En el caso de Vive TV, los expertos actúan de manera conjunta con gente que recién ha aprendido nociones básicas de comunicación audiovisual y entre todos conforman el gran grupo emisor del canal. De manera que en el equipo de trabajo, junto con la coexistencia entre profesionales provenientes de múltiples disciplinas, hay una coexistencia -que se manifiesta como una fórmula exitosa- entre profesionales y miembros de las comunidades o de los movimientos sociales que también participan como emisores, pero cuyos conocimientos de comunicación o de tecnología audiovisual son algo que han incorporado de manera reciente e incipiente en su vida, llenando por medio de un entrenamiento intensivo el vacío dejado por profesionales de las comunicaciones para los cuales no es atractiva la opción de una televisión de orientación social y comunitaria.

En el equipo que tu logras armar acá tampoco son programadores. Son

comunicadores sociales, son estudiantes. Son licenciados en letras. Son personas de las comunidades. Son bachilleres, son musicólogos. Hay de todo [...] Hay casos de editores que en tres semanas están listos. Porque hay una gran escasez de mano de obra. Porque la gente que se ha formado en estas áreas se ha dedicado a un mundo más alrededor del dinero. Y es una gran tontería (Mago, 2005)

La fórmula de Vive TV de mezclar en la emisión a expertos y no expertos es una enseñanza de humildad para los profesionales del campo que resulta exitosa en la medida que los obliga a abandonar el rol de vanguardia iluminada en la generación del discurso que transmite la emisora por medio de su programación.

Ser un poco humilde y decir: yo no tengo la posibilidad de manejar la verdad de este proceso, *yo programo esto y esto es lo que el pueblo necesita*. Eso sería la vía expedita, rapidísima al fracaso. La idea es recoger y aprender a recoger. Aprender a oír. Aprender, sí. Hay que ser tolerante. Es difícil, pero es también la enseñanza. Puede ser complejo, puede crear angustia, puede crear frustración, puede tenerte movilizado todo el tiempo. Pero esa es la verdadera razón de ser. No puede ser otra (Mago, 2005)

Las instancias de formación autodidacta creadas en torno a las experiencias de televisión comunitaria han generado la emergencia de un importante colectivo de emisores que se conciben a sí mismos como productores audiovisuales comunitarios y que trabajan vinculados a los canales de televisión comunitaria como a productoras audiovisuales. Se reconocen como artesanos del audiovisual y que se diferencian de los profesionales universitarios en este ámbito, pero que en su especificidad realizan un trabajo tanto o más digno que el de los expertos en estos temas.

Creo que hay una concepción desde la academia muy pero muy alejada de la realidad, porque se te enseña a partir de otros paradigmas o patrones que no son propiamente los tuyos, es lo que lo diferencia de lo comunitario y de la producción independiente, que se aferra mucho a la búsqueda de su propia identidad [...] tenemos una academia muy elitista en todos sus aspectos, los corresponsales comunitarios o comunicadores no venimos de la escuela, ni siquiera hemos pasado por ahí [...] pero nos hemos inventado esa técnica, esa ciencia al calor de lo que extraemos de la gente quien al

final de cuentas terminan siendo los protagonistas de todas las películas, documentales que hagamos: la gente, las comunidades, el pueblo (Saldivia, 2005)

Organización interna

Tanto Catia TV como Vive TV poseen una orgánica interna que se expresa mediante una conformación en secciones o departamentos. Es así como al 2005, Catia TV tenía 29 empleados a tiempo completo, divididos en departamentos de extensión comunitaria, producción, transmisión y seguridad. En el caso de Vive TV, en tanto, la orgánica interna es más compleja, precisamente porque el número de trabajadores contratados es mucho mayor (unos 250 entre fines de 2005 y principios de 2006). Y la pugna de intereses o el desacople de objetivos puede llegar a emerger, como parece ser entre el área administrativa y el área productiva de la emisora.

Está la cabeza, nuestra presidenta Blanca Eekhout. Luego está la parte administrativa y la parte productiva. La administrativa no nos soporta y nosotros a ellos tampoco. Es normal. La productiva, que es donde estoy yo, tiene que ver con el informativo [...] Estamos nosotros, los de programación. Está la gente de desarrollo educativo, los de desarrollo cultural. Está la gente de producción, que es un equipo bastante numeroso [...] Está la gente de la página que, que apenas son dos, pero trabajan muchísimo. [...] Está la gente de publicidad y mercadeo (Mago, 2005)

Pero en el caso de Catia TV, al igual que en la mayoría de los medios comunitarios, se cuenta con un cordón de trabajo voluntario, en torno a los ECPAIs, que gozan de un status interesante en términos organizacionales al combinar compromiso e independencia del equipo administrativo encargado de la mantención cotidiana del canal.

En Catia TV también se puede observar -ya sea mediante mecanismos establecidos o de manera natural- el modo en que la dinámica de transformación social que se propugna como componente principal de los contenidos, permea a la propia dinámica organizativa. Es así como si bien la antigüedad en la experiencia explica ciertas posiciones de poder, estas posiciones son intercambiables en el tiempo.

En Catia TV, aquellas primeras personas que aprendieron cómo usar las

cámaras para hacer aquellos primeros filmes sobre la comunidad son ahora los directores [...] Catia tiene una asamblea permanente y luego que el período de un director termina, vuelve a la asamblea [original en inglés] (Eekhout, 2004)

Otro tópico donde se aprecia lo anterior es aquel que se refiere al trabajo entre personas con una formación educativa dispar y que exige de los universitarios un acto al mismo tiempo de humildad y de generosidad: “las asambleas tienen tanto a gente universitaria como a gente que ha aprendido a leer a través de las Misiones. Hay una ética muy fuerte para que la gente universitaria no se apodere ni monopolice la asamblea”. Hay un intento por quebrar así la lógica jerárquica en todas las instancias en que esto pueda ser necesario y posible: “no sólo dentro de la estación, sino también en términos de las relaciones entre los televidentes, los visionados y los trabajadores de los medios. Es una práctica que está haciendo al proceso más fuerte” (Eekhout, 2004)

Por su tamaño y alcance, los desafíos organizacionales de Vive TV son un tanto mayores, así como las expectativas puestas en su quehacer. Su puesta en marcha es percibida desde dentro como llena de improvisaciones e incluso violenta por todo lo que ha implicado su expansión:

Ha sido una práctica muy violenta en la marcha porque había una solicitud de parte del Estado de alcanzar rápidamente un gran volumen horario y en un año hemos pasado de dos horas diarias a 20 horas, es un parto muy violento, porque hemos tenido que integrar a mucha gente en poco tiempo para poder lograrlo, a veces con pocos recursos, de hecho todavía nos hacen falta muchas cámaras y muchas cosas (Deronne, 2005a)

Sustentabilidad institucional

Políticas de comunicación en general

En términos de políticas de comunicación en general, hay tres ordenamientos jurídicos que permean la realidad actual de la comunicación en Venezuela: la Constitución de 1999, la Ley Orgánica de Telecomunicaciones de 2000 y la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, de 2004.

La Constitución Bolivariana (1999)

Luego del Golpe de Estado de 1992, Chávez pasó dos años en prisión, antes de ser liberado por una amnistía. Luego de esto y en el contexto de la crisis política descrita anteriormente, Chávez inició su propio movimiento, el cual se cristalizó al legalizar el Partido MVR (Movimiento V República) proveniente del antes insurgente MBR-200. Seis años después de su alzamiento, Chávez vence en las elecciones presidenciales de 1998. Una de sus promesas electorales fue cambiar la Constitución vigente, a través de un proceso constituyente.

La Constitución de 1999 o de la V República reivindicó la importancia de la comunicación como un derecho, tal como aparece en los siguientes artículos de la Carta:

- Art. 48: se garantiza el secreto e inviolabilidad de las comunicaciones privadas en todas sus formas;
- Art. 57: Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura;
- Art. 58: Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como el derecho de réplica;
- Art. 101: Los medios de comunicación tienen el deber de coadyuvar a la difusión de los valores de la tradición popular [...] de creadores y creadoras culturales del país;
- Art. 108: Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana. El Estado garantizará servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información (GOE, 2000).

Pero además de eso dejó abierta la posibilidad de que las comunidades pudieran fundar medios de comunicación comunitarios (art. 70), como un campo específico de aplicación de la democracia participativa y protagónica que promueve esta Constitución:

No es un problema mío, ésta es la Constitución de la Republica Bolivariana. Es una tarea que nos hemos puesto como país cuando hablamos de democracia participativa y protagónica, no es la democracia

representativa, no es una democracia donde se delega la voluntad del ciudadano cada cinco o seis años en un proceso electoral, si no que se ejerce de manera permanente. Igualmente, esa democracia necesita un nuevo modelo de comunicación donde no se delega la voz, ni la imagen, no se delega la palabra, se ejerce activamente; entonces no podemos seguir teniendo medios que nos representen, si no medios que abran la posibilidad del protagonismo popular (Eekhout, 2005)

Sin embargo, el ordenamiento constitucional se hizo insuficiente: la comunicación estaba en la Constitución, pero no había regulación. Las estructuras regulatorias para los media estaban aún basadas en la vieja república y el órgano regulador -la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, CONATEL-, estaba diseñado para regular a los medios corporativos pero no a los medios comunitarios, que seguían siendo ilegales (Eeckhout, 2004).

La Ley Orgánica de telecomunicaciones (2000)

La Ley Orgánica de Telecomunicaciones fue aprobada y promulgada el 12 de junio de 2000. Tal como señala en su primer párrafo, esta Ley tiene por objeto establecer el marco legal de regulación general de las telecomunicaciones, a fin de garantizar el derecho humano de las personas a la comunicación y a la realización de las actividades económicas de telecomunicaciones necesarias para lograrlo, sin más limitaciones que las derivadas de la Constitución y las leyes (GO, 2000). Esta ley venía a ser un primer intento por convertir en realidad las posibilidades para el desarrollo de la comunicación comunitaria que brindaba la Constitución.

De manera concreta, se manifiestan como objetivos generales de esta ley: defender los intereses de los usuarios, promover los medios comunitarios, asegurar la libre competencia, promover el desarrollo y acceso a nuevas tecnologías, promover la investigación y desarrollo tecnológico, garantizar el cumplimiento de las obligaciones de servicio universal, favorecer la integración regional, promover la inversión nacional e internacional, entre otros.

Aunque el tono general de la ley es más bien técnico, algunos de sus enunciados van a tener consecuencias políticas importantes, como son aquellas relativas a evitar la concentración de la propiedad (art. 191) o las que apoyan el desarrollo de los medios comunitarios y los medios de frontera, mediante la exención de impuestos (art. 158).

La Ley de Responsabilidad social de Radio y Televisión (2004)

La denominada *Ley Resorte* fue aprobada el 7 de diciembre de 2004 por el congreso venezolano.

Entre los principios invocados por esta ley estaban:

- El derecho de la participación ciudadana en la formulación de las políticas públicas y la producción, distribución y consumo de mensajes mediáticos
- La protección del público infantil y adolescente
- La promoción y difusión de la cultura venezolana

Su abordaje se expresa en medidas tales como:

- La regulación de los denominados elementos clasificados: lenguaje, salud, sexo y violencia
- Establecimiento de bloques horarios
- Creación de condiciones y apoyo a la formación de comités de usuarios
- Promoción del trabajo creativo de productores audiovisuales independientes por medio del establecimiento de cuotas de pantalla para su trabajo
- Promoción de la producción musical venezolana
- Creación de un Directorio de Responsabilidad Social orientado a asegurar la discusión y aprobación de la normativa derivada de la ley, así como a la administración de un fondo de recursos para la innovación
- Creación de un Consejo de Responsabilidad Social con participación de organizaciones sociales, universidades, iglesias, usuarios, representantes de los prestadores de servicio de la radio y televisión pública y privada, de los comunitarios y de los canales por suscripción, locutores, periodistas, anunciantes, los pueblos y comunidades indígenas, organizaciones sociales vinculadas con la cultura, entre otros, que garantizan la despolitización de la Ley de Responsabilidad Social.
- Establecimiento de una escala de sanciones que van desde la cesión de espacios para la difusión de mensajes culturales y educativos hasta las multas, suspensión de la habilitación administrativa, la revocatoria de la habilitación administrativa y de la concesión, en una graduación preestablecida (GO, 2004).

Desde el punto de vista de quienes están vinculados a las experiencias de comunicación comunitaria, el principal valor de la *Ley Resorte* es la legitimidad y visibilidad que otorga a la producción audiovisual independiente en los canales nacionales, públicos y privados, tal como se expresa en su artículo 14:

Los prestadores de servicios de radio y televisión deberán difundir diariamente, durante el horario todo usuario, un mínimo de siete horas de programas de producción nacional, de las cuales un mínimo de cuatro horas será de producción nacional independiente. Igualmente, deberán difundir diariamente, durante el horario supervisado, un mínimo de tres horas de programas de producción nacional, de los cuales un mínimo de una hora y media será de producción nacional independiente. Quedan exceptuados de la obligación establecida en el presente párrafo los prestadores de servicios de radiodifusión sonora y televisión comunitaria de servicio público, sin fines de lucro (GO, 2004)

Pero a pesar del consenso social existente respecto a la necesidad de regular el campo de las comunicaciones en Venezuela y de fortalecer los medios públicos, la aprobación de la ley fue antecedida de una polémica y de un debate donde se reprodujeron las distinciones que han caracterizado la oposición y el apoyo al gobierno de Chávez, no sólo a nivel nacional sino que incluso internacional. Al igual que ocurrió con RATELVE, los medios de comunicación predispusieron a la opinión pública en contra del proyecto acusando limitaciones a la libertad de expresión y tachándolo de *Ley Mordaza*. Instituciones como Reporteros sin Fronteras (RSF), la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) e incluso la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (organismo de la OEA) criticaron públicamente el proyecto de ley acusándolo de antidemocrático, ambiguo y autoritario, entre otras cosas:

Nos sentimos extremadamente preocupados por la aprobación de una ley cuyo margen de interpretación es muy amplio, y que podría instrumentalizarse contra los medios de comunicación que no comparten los puntos de vista del gobierno [...] Un dispositivo así sólo podrá animar a los medios a autocensurarse, o bien dar lugar a abusos por parte de las autoridades (RSF, 2004)

“No nos dejemos engañar. Lo que está en discusión no es un problema de responsabilidad social, no es un problema de horarios protegidos”, dijo Miró

Quesada, director del diario peruano El Comercio. Agregó que “lo que está en debate es el derecho de todos los ciudadanos a estar debidamente informados y no sólo de lo que el gobierno quiere que se sepa, tal como sucede en Cuba. ¿Es eso lo que los venezolanos quieren?, estoy seguro que no” (SIP, 2004)

El Proyecto en discusión mantiene limitaciones al contenido de los programas de radio y televisión, que, sumado a los términos vagos usados en varias disposiciones podrían traer aparejada tanto restricciones indirectas a la libertad de expresión como la autocensura en los medios de comunicación (CIDH, 2004)

Desde el circuito de las agencias de información alternativa, en cambio, se dio voz a los partidarios de la ley (Lara, 2004) o lisa y llanamente se hizo un llamado a apoyarla (Munkton, 2005; Navarro, 2005). Para estos sectores, la Ley Resorte no representa un atentado a la libertad de expresión, sino más bien una responsabilidad con ella que sea coherente con el respeto de otros derechos y a la cual habrían estado faltando principalmente los canales privados:

La gente lo que pedía a gritos era que se les respetara, que se dijera la verdad, se cortaban imágenes, se hacían paralelismos sin sentido, se emitían juicios sin pruebas, toda una cantidad de cosas. Hubo periodistas que eran respetables y perdieron los estribos y decían cualquier cosa, entonces lo que ha hecho el Estado, es simplemente poner orden, no sólo en telecomunicaciones también en otras políticas, poner orden en el uso racional y respetuoso de los medios de comunicación (Zavala, 2005)

Si usted miente, está tergiversando, está atacando a una persona, esa persona tiene derecho a la defensa, con lo cual la libertad de expresión - punto de partida de esta ley-, no es un derecho absoluto, es decir, hay otros derechos que conjuntamente conforman los derechos humanos, por lo tanto, no puede haber uno como la libertad de expresión que simplemente tienen la capacidad, tienen el derecho de decir lo que sea y nadie tiene el derecho a defenderse (Rodríguez, 2005)

Distintos entrevistados reconocen que antes de la existencia de la ley los canales privados incurrieron en una diversidad de abusos y de descalificaciones de todo tipo, incluyendo como factor estrella de esta actitud a la propia figura del Presidente, a la cual se referían

despectivamente en términos fenotípicos y de clase:

Es sorprendente todo lo que soportó Chavez y otras humillaciones, burlas; increíble, creo que yo no lo hubiera soportado. La gente del pueblo le decía pero hasta cuando, tome medidas cierre un canal, ahí si tuvo una calidad enorme (Dragnic, 2005)

En el campo de la investigación lo más notable del debate fue la desaprobación del proyecto por parte de Antonio Pasquali, el reconocido comunicólogo venezolano que dirigió el proyecto RATELVE. A pesar de que los formuladores del proyecto reconocieron en su trabajo una importante fuente de inspiración -"según datos oficiales muchas de sus prescripciones para el desarrollo del sector se están ejecutando (Cegarra, 2005)"-, la situación de los medios en Venezuela siguen siendo igualmente negativa para Pasquali:

En la historia de los medios radioeléctricos nacionales hay un antes y un después de Chávez. Antes: una poderosa radiotelevisión privada y comercial acapara el 95% de la audiencia; el resto es para un "servicio público" reducido a un modestísimo Canal 8 y una Radio Nacional que no llega ni a Los Teques. Ahora: una radiotelevisión privada y comercial yugulada por una totalitaria Ley Resorte y la subsiguiente autocensura (eliminó el 50% de sus programas de opinión), convive con un "sector público" agigantado (Pasquali, 2006: A5)

Pero a diferencia de lo ocurrido hace 30 años con RATELVE, en esta ocasión la voluntad política desoyó los reclamos de los sectores dominantes y pese a ellos la iniciativa fue aprobada y se encuentra actualmente en etapa de ejecución. No obstante, luego de la aprobación e implementación de la ley, la polémica en torno a ella no ha cesado. En 2006 Britto García denunciaba la indolencia del organismo regulador (CONATEL) ante las diversas denuncias ciudadanas relacionadas con publicidad de alcohol y tabaco o de pornografía en los canales privados de televisión abierta.

Por ejemplo, si usted dirige Conatel, organismo obligado legalmente a aplicar la Ley Resorte, invente que no puede aplicarla hasta que alguien se lo pida. Si un ciudadano se lo pide, rechácelo porque no es un Comité de Usuarios. Si un Comité de Usuarios se lo pide, óigalo como quien oye llover. Llevo colaborando con la formación de la Ley Resorte desde sus

primeros borradores hasta hoy, formo parte de varios comités de usuarios, he cursado varias denuncias, y hasta el presente no sé de un solo caso en que Conatel la haya aplicado. Denuncia presentada, o ignorada, o denegada. Inabordables. Inaccesibles. Inasequibles. Intransitables. Inmarcesibles. Impasibles. Inalcanzables. Infranqueables. Impenetrables. Irrespirables. Infumables. Intocables. Inconmovibles. Inalcanzables. Inamovibles. Así son los funcionarios de Conatel para los venezolanos, miembros de comités de usuarios y sin billete que le exigimos la aplicación de la Ley (Britto García, 2006)

Asimismo, existen críticas de parte de los usuarios, que consideran que la ley aún podría mejorar. En esta línea pueden entenderse las conclusiones de uno de los grupos de trabajo del Foro Internacional de Responsabilidad Social en Radio y Televisión llevado a cabo por CONATEL en Caracas durante los días 20 y 21 de octubre de 2005, las cuales apuntaban a hacer más efectiva la participación inscrita en la institucionalidad comunicativa, mediante recomendaciones tales como aumentar las facultades ciudadanas para evaluar el seguimiento de medios públicos, privados y comunitarios; descentralizar la labor de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, generar mayores instancias de diálogo entre usuarios/as de los medios comunitarios y estos últimos (CONATEL, 2005b).

La ley Resorte tampoco ha dejado satisfechos a los productores independientes -a pesar de que un horizonte de la ley era beneficiarlos-, pues pone en una situación de igualdad que no es tal la realidad de los productores audiovisuales profesionales y la de los comunitarios:

A los productores independientes comunitarios no lo diferenciaron de uno comercial, entonces pareciese que un productor comunitario independiente que no tiene recursos, que está en el barrio, que más bien pone de su bolsillo para hacer su producción lo ven y lo miden como si fuera un productor comercial que tiene la vida resuelta (Márquez, 2005a)

Los productores independientes no contamos con la misma infraestructura o con lo que cuentan otras productoras, cualquier productora que se puede fragmentar en 10 productoras, no contamos con esta infraestructura, lo que significa que tenemos que esforzarnos mucho más (Zavala, 2005)

Institucionalidad para los medios del tercer sector

El Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro (2002)

En la medida que la LOTEL estableció como deber del Estado promover y coadyuvar al establecimiento de medios de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro para el ejercicio del derecho a la comunicación libre y plural, abrió la posibilidad de elaborar una propuesta de Reglamento que regulara al sector, tarea que coordinó CONATEL conjuntamente con los representantes del sector comunitario.

Fue así como en el año 2001 se elaboró el proyecto de Reglamento, el cual después de ser sometido a consulta pública fue publicado en la gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.359 de fecha 8 de enero de 2002. Este Reglamento establece el régimen general, requisitos, características, limitaciones y obligaciones de los servicios de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias, así como la forma y condiciones de otorgamiento de las habilitaciones administrativas y concesiones.

La figura legal más importante del reglamento es la de “fundación comunitaria”, entendiéndose por ello a toda fundación no lucrativa, de corte democrático, participativo y plural, constituida de conformidad con las previsiones establecidas en el Código Civil, cuyo objeto específico, exclusivo y excluyente consiste en asegurar la comunicación libre y plural de los miembros de una comunidad en una localidad determinada, y que cumple con los requisitos exigidos por el presente reglamento para ostentar tal carácter. A la fundación comunitaria es a quien se le otorga la concesión para una emisora comunitaria (GO, 2002).

Para solicitar una concesión como medio comunitario, los miembros de una comunidad conformados como fundación se debe elevar una solicitud a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones -CONATEL- que considere los siguientes requerimientos:

1. Capacidad e idoneidad legal del solicitante para la realización de la actividad
2. Carácter de fundación comunitaria, en los términos establecidos en el Capítulo III del presente Reglamento
3. Carácter democrático, participativo y plural del proyecto
4. Viabilidad económica y sostenibilidad del proyecto

5. Viabilidad técnica del proyecto
6. Disponibilidad del espectro radioeléctrico, en los términos del artículo 11 del presente Reglamento
7. Perfil social del proyecto
8. Demás requisitos y condiciones previstas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, sus reglamentos y la normativa aplicable a tales efectos (GO, 2002)

De manera específica, la idoneidad legal está referida a la incompatibilidad entre ser miembro de la dirección, administración o control de las fundaciones comunitarias y ocupar algún puesto en el aparato público, ser dirigente de partidos políticos, miembro de instituciones religiosas o de las fuerzas armadas (art. 22).

Una vez evaluada la solicitud del interesado, la CONATEL presenta al Ministro de Infraestructura un informe cuya finalidad es fundamentar la autorización (o no) de la concesión solicitada.

Al primer mes de cada año calendario, los operadores comunitarios aprobados deben presentar a CONATEL un informe de actividades que incluya estados financieros, listado de autoridades, formación de productores comunitarios, programación emitida y diagnóstico del impacto social de la experiencia.

Con respecto a la programación de una emisora comunitaria, el reglamento exige que el 70% de ella sea producido desde dentro de la comunidad, la cual se formará para ello a través de los ECPAIs.

La estación por sí misma sólo puede producir un máximo del 30% de la programación, por lo que el resto tiene que ser producido por voluntarios de la comunidad. Los productores comunitarios cederán a título gratuito, a la fundación comunitaria que los formó, el uso de la producción comunitaria que realicen durante su proceso de formación, a los fines de que ésta se pueda transmitir libremente. En tales casos, los operadores comunitarios deberán reconocer a los productores comunitarios la autoría de la obra e informarla.

La programación también debe cumplir con una serie de requisitos en términos de contenidos, procurando la transmisión de contenidos educativos, culturales e informativos, mensajes de

servicio público, espacios con participación directa de la comunidad, garantizar el respeto de valores éticos y abstenerse de mensajes partidistas o proselitistas.

Finalmente, el reglamento permite la retransmisión simultánea -bajo ciertos límites de tiempo-, entre distintos medios comunitarios (art. 32), lo cual es interesante en la medida que posibilita la interacción e integración entre operadores comunitarios ubicados geográficamente distantes, pero que bajo ciertos parámetros sus comunidades podrían coincidir en necesidades, problemas o servicios.

Al año 2005, se habían observado algunas deficiencias del reglamento. Es así como un informe internacional señalaba que CONATEL se encontraba estudiando la modificación de este reglamento con el sector de medios comunitarios, con la finalidad de simplificar los procedimientos administrativos y de requisitos para el acceso a las frecuencias por parte de las comunidades. De acuerdo a este informe, se había detectado, que la restricción de la entrega de concesiones sólo a las “fundaciones comunitarias” contradice el principio de asociación y desdeña otras formas asociativas que históricamente habían tenido mayor sustentabilidad social y económica, como las Asociaciones Cooperativas. Luego, a nivel geográfico, también se detectaban unas restricciones -el tamaño de la localidad, la existencia previa de una estación- que se convierten en barreras de entrada. Originalmente, la legislación también restringía el tiempo de publicidad permitido, pero la reformulación del Reglamento de medios comunitarios al interior de la Ley Resorte estableció un mismo límite (10 minutos/hora) tanto para los medios privados como para otros servicios de radiodifusión no comerciales (APC, 2005).

La evaluación del reglamento por parte de los miembros de experiencias de comunicación comunitaria también tiene matices. A pesar de que mayoritariamente ven este reglamento como un avance, critican principalmente la desconexión entre la lógica burocrático administrativa de CONATEL y la realidad cotidiana de los medios comunitarios.

Aunque no es el mejor, es muy avanzado en comparación a muchos países del mundo incluyendo Europa, porque nosotros podemos tener señales, frecuencias, enlaces, microondas, tenemos un sitio muy parecido al de los canales comerciales (Márquez, 2005)

El proyecto social lo manejan con encuestas, y éstas son: ¿cuántas casas tienen servicio? lees esas encuestas y agarras dos barrios uno con excelente

organización social, con fuerza, con historia y agarras un barrio recién llegado, jodido, todo cruzado, sin identidad y te dan la misma respuesta y la diferencia social es inmensa, entonces nosotros les hablábamos de diagnóstico participativo, de asambleas [...] costó muchísimo que ellos entendieran que nosotros funcionamos de otra forma y que los pueblos funcionan de otra manera y que ellos no pueden encajonar desde una visión universitaria positivista pendeja, lo que es el movimiento (Pinto, 2005)

Como contrapunto, valga citar nuevamente a Pasquali, para quien el reglamento se ha apropiado de manera caricaturesca de sus ideas:

Nuestro Proyecto de Ley de Radiotelevisión de 1995 incorporó por primera vez al discurso sobre comunicaciones la noción de “medios comunitarios”. El chavismo se la apropió y la caricaturizó, convirtiéndola en “medio pro-gubernamental, de régimen”. Sé de mal llamadas emisoras comunitarias que hasta cuentan con un comisario político cubano velando por la pureza de la doctrina (Pasquali, 2006: A5)

Tercer sector y Estado

En el origen de la experiencia venezolana hay una alianza difícil de entender si no atiende al contexto dentro del cual ésta se levanta. Ya se ha hablado del impacto y la fractura social que puso en evidencia el *Caracazo* de 1989, así como la empatía que despertó la figura de Chávez - aún en el rol de general golpista- el año 1992 entre aquellos mismos que habían sido las víctimas de esta revuelta social. Pero eso era insuficiente todavía a mediados de los 90s entre quienes participaban de los medios comunitarios.

Nosotros -los activistas de medios- no teníamos mucha confianza en Chávez, con su pasado militar y su intento de Golpe, señala Blanca Eeckhout, la misma que luego será directora de Vive y de VTV, a petición del propio Chávez [original en inglés] (Eekhout, 2004)

Sin embargo, el hecho de que los mediactivistas lograran participar en el proceso constitucional que planteó Chávez al inicio de su mandato -logrando establecer en el documento final la comunicación como un derecho- fue un hito en la generación de confianzas mutuas. Como

recuerda la misma Eekhout (2005), “en la constituyente todos los que veníamos de esa experiencia de los cineclubes, de las radios y las teles comunitarias, tuvimos la oportunidad de entrar en la discusión y ahí se establece la comunicación como derecho humano”.

Lo anterior plantea una serie de preguntas respecto de la legitimidad de unos medios comunitarios que se definen a sí mismos como voz de los sectores populares, de los “sin poder” pero que al mismo tiempo cuentan con el apoyo (económico y político) de quienes detentan el poder estatal.

Schiller (2005) ha desarrollado una investigación longitudinal en la que analiza el modo en que Catia TV negocia su relación con el Estado para reforzar sus propios proyectos y su legitimidad a nivel de las bases. Entre otras cosas, la autora sostiene que las redes personalistas de los miembros de Catia TV podrían entenderse como una reformulación del clientelismo tradicional. De lo que se deduciría la persistencia de los viejos vicios de la relación entre un Estado benefactor y una sociedad civil que no opera con plena autonomía. Sin embargo, la autora también sostiene a partir de su experiencia de trabajo en terreno y del trabajo de otros investigadores de las relaciones entre Estado y comunidades de base, que “incluso cuando la televisión es financiada por el gobierno, esta no puede ser reducida a un aparato hegemónico del Estado”.

En concreto, la estrategia que ha seguido Catia TV ha sido negociar las distintas demandas y agendas de sus diversos interlocutores (el estado, otros productores de medios comunitarios, su audiencia imaginada) y agentes de poder para hacer avanzar su propia agenda, lo cual se expresa paradigmáticamente en el conflicto que tuvo un miembro del canal con un periodista de un canal privado y cómo Catia TV consiguió una mayor legitimidad a nivel público a partir del modo en que su equipo manejó el incidente (Schiller, 2005).

Algo similar ocurre con Vive TV, que se instala en la compleja posición de ser vehículo del proceso de transformación venezolano pero que en su búsqueda de legitimidad debe procurar no volverse un vehículo propagandístico, sino más bien funcionar como vehículo de las críticas que hacen los propios simpatizantes del proceso de transformación a las debilidades o fallas de este:

Si bien Vive TV es una cadena estatal, capaz de emplear a 150 personas,

disfruta de una independencia real a todos los niveles. Su responsabilidad es mostrar en la realidad sobre el terreno lo que hace el gobierno [...] La misión de Vive TV es hacer surgir una crítica sobre el terreno, de personas que están implicadas en el "proceso" en sus aspectos más contingentes. Esta "crítica revolucionaria", que suele ser más dura que la de la oposición y que muy a menudo reclama que la Constitución se aplique más rápido y mejor, es a fin de cuentas la garante del proceso, la vigía sin la cual el gobierno podría atascarse en una ideología separada de la realidad del país (Lambert, 2004)

Pero el nivel de independencia sigue siendo un tópico recurrente. Tanto Catia como Vive enfatizan su independencia del poder estatal que les brinda financiamiento y ejemplarizan situaciones en que esto se ha manifestado. Los observadores internacionales (APC, 2005), así como los representantes de las experiencias recalcan que el financiamiento estatal no trae como añadida ninguna condición ni limitación en términos de contenidos ni de la programación,

No se puso ninguna condición política o ideológica al lanzamiento de este proyecto cuyo objetivo era "crear un escaparate nacional para todos los movimientos locales de comunicación local en el país". [Eekhout] Tomó las riendas del proyecto confiada en la voluntad del gobierno de hacer todo para dar al pueblo venezolano los medios de expresarse de manera autónoma (Lambert, 2004)

Dentro de la independencia que afirman, los miembros de Catia TV se ven a sí mismos como la voz de una crítica constructiva, la crítica de aquellos que creen en el proceso de transformación que dirige el gobierno de Chávez, pero que consideran que el proceso va más lento o es menos transparente de lo podría ser:

El compromiso político es ineludible, pero para nosotros es más el compromiso social con la gente. Ha habido algunos políticos que se vinieron a quejar de algunas críticas y algunas denuncias que las comunidades han hecho por medio del canal, pero nosotros no estamos al servicio de nadie y así se lo explicamos. Claro que todo el mundo tiene su derecho a réplica como debe ser, pero a la gente no se la puede callar. La gente del barrio dice lo que tiene que decir (Márquez, 2005b)

En el caso de Vive TV, la justificación última de la independencia del canal aún siendo

financiado por el Estado, radicaría en la afirmación de dos ideas fuerza: por un lado, la recuperación del sentido original de la idea de servicio público que se encuentra sustentado en el orden constitucional.

El mismo Estado, desde la nueva Constitución, es el que desarrolla el concepto de servicio público, en cuanto espacio para el protagonismo y la participación. Vive tiene la obligación de ser vehículo del mensaje de la comunidad. Además, la reciente ley de responsabilidad social de los medios nos obliga como a todos los canales, a difundir seis horas diarias de producción independiente. Una forma más de construir la pluralidad de miradas y la vida democrática [...] la nueva Constitución nos pide ser voz de la comunidad sin filtrarla o manipularla, sin hacer decir a la gente lo que queremos que diga (Deronne, 2005b)

Por otro lado, la recuperación del rol mediador del Estado en la consecución de un equilibrio democrático de cara a los emisores comunitarios, que bajo condiciones exclusivamente de mercado no podrían alcanzar el nivel de competitividad, alcance y legitimidad del que actualmente gozan.

Desde hace tres años el Estado venezolano contribuye directamente en el desarrollo de los medios comunitarios, clandestinos bajo los regímenes anteriores, hoy en día fortalecidos como forma de sedimentar la democracia participativa en todas partes. Casi 200 radios y televisoras legalizadas ya, faltan bastantes, a las cuales se otorga una frecuencia para cinco años y recursos técnicos. Uno podría preguntarse: ¿No será una forma de avasallarlos? Simplemente el Estado intenta hacer aquí lo que debería hacer en todas partes: hacerse cargo del equilibrio democrático (Deronne, 2005b)

La compleja existencia de un canal de televisión concebido con una orientación comunitaria que al mismo tiempo es financiado integralmente por un Estado gobernado a partir de una orientación política particular, vuelve urgente la pregunta por la replicabilidad y legitimidad de una televisora comunitaria con financiamiento estatal, pero entre quienes participan del proceso también hay un diagnóstico claro al respecto: para que una experiencia así funcione se requiere que los movimientos sociales o al menos sus demandas de democracia y autonomía lleguen a disponer del poder estatal. Sólo un gobierno que oriente su accionar desde las demandas sociales y no desde intereses corporativos puede admitir el carácter público del espectro

radioeléctrico y actuar en consecuencia.

No podrán concretarse las ansias de los movimientos populares por disponer de medios masivos que no los traicionen y que sean suyos verdaderamente mientras no lleguen de alguna forma al poder como Estado. El espectro radioeléctrico es patrimonio público, como el agua, el aire, pero para poder administrarlo democráticamente es necesario primero construir gobiernos nuevos, democráticos, independientes de las transnacionales (Deronne, 2005b)

El control gubernamental también es desmentido desde el propio gobierno, dando como prueba de ello el modo en que se construyó el reglamento que ordena la situación de los medios comunitarios.

Si el proyecto fuera simplemente hegemónico para controlar, tú no lo harías de esa manera, tú no elaborarías un reglamento para el uso de los medios alternativos que lo elaboraron; [...] cuando se creó el reglamento quienes estaban trabajando en función de los medios comunitarios, fueron los que elaboraron el reglamento, y ese reglamento no fue definido por el gobierno central ni por el parlamento, fue elaborado por la propia gente, entonces ¿cómo los controlas, si la propia gente decidió como se construye? (Rodríguez, 2005)

En términos de datos concretos, los resultados de estos casi 10 años de transformación del sistema de medios venezolanos indican lo siguiente:

- En el 2000 el sector público tenía un canal de TV VHF frente a 19 del sector privado, y la proporción en la TV UHF era de 2 a 28. En la radio AM la relación era 36 a 143 y en FM 3 a 365, en una desproporcionada mayoría del sector privado. En 2006 la relación en TV VHF seguía siendo 1 a 20, pero en la UHF el sector privado tenía 28, el público 6 y el comunitario 44 (si bien con un alcance muy limitado). En la radio AM la proporción se mantenía: 36 a 143, pero en FM el privado tenía 440, el comunitario 167 y público 10 (Aharonian, 2007).
- Según datos de 2006, se encuentran actualmente habilitados 195 medios comunitarios, de los cuales 167 son radios y 28 son televisoras (MINCI, 2007).

Digitalización

Venezuela aún no ha adoptado una norma específica de televisión digital, pero se encuentra en proceso de hacerlo. Con miras a la selección del estándar a ser adoptado para la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Venezuela, CONATEL ha creado un proyecto de Televisión Digital, basado en estudios que permitan la implementación de este servicio, con el fin de que la TDT sea una realidad a mediano plazo en Venezuela. El proyecto ha sido dividido en tres fases.

En la fase n°1 se contempló la elaboración de un informe general de carácter técnico referente a los principales estándares dentro del ámbito de la televisión digital terrestre, con el fin de planificar el estándar que satisfaga las necesidades y requerimientos del país.

En la fase n°2 se contempló la realización de una consulta pública dirigida al sector interesado (estaciones de televisión, empresas fabricantes de equipos, empresas interesadas en el sector, Universidades, etc.). En los meses de agosto y octubre de 2005 se retomaron los encuentros con representantes del sistema DVB (europeo), ATSC (americano), universidades, operadores del servicio de televisión abierta, Comité de Usuarios y ente Regulador, con el fin de planificar la puesta en marcha de pruebas piloto para estos estándares. El agosto del 2006 fue realizado un seminario con representantes de la norma japonesa ISDB.

La fase n°3 tendrá como objetivo fijar los procedimientos adecuados para realizar en forma apropiada, el cambio tecnológico hacia la Televisión Digital en Venezuela. Esta fase tiene por objeto fijar políticas para que se pueda dar en forma apropiada el cambio tecnológico hacia la televisión digital en el país, lo cual incluye las pruebas pilotos, y la preparación del marco regulatorio (CITEL, 2005)

Consta que al menos desde el año 2004 -en que el proceso de transición ha sido retomado-, los representantes de las televisoras comunitarias han sido convocados como parte de los actores relevantes de la discusión, así como las organizaciones de usuarios y las Universidades. La apertura al sector de comunicaciones sin fines de lucro ya había sido reconocido al menos desde el año 2001, por lo que de seguir la tendencia, es de suponer que la digitalización no tendrá un impacto negativo en este sector de la comunicación, sino que incluso podrá ayudar a resolver la

alta demanda por nuevas concesiones.

En 2007 el ministro de Telecomunicaciones, Jesse Chacón, señaló que tiene planes para que dentro de diez años todas las transmisiones de televisión en el país se realicen bajo formato digital y que el cronograma se precisará una vez que se elija el sistema de transmisión. El ministro explicó que la elección del sistema estará vinculada a las posibilidades de "democratizar la señal, al uso eficiente del espectro, a la capacidad de disponer de una televisión móvil y a los acuerdos con los dueños de los royalties (regalías)" (AMARC, 2007b)

Sustentabilidad financiera

Estrategias de financiamiento

A nivel de recursos humanos, el motor de todas las televisiones comunitarias son los ECPAIs y estos están constituidos por el trabajo voluntario de miembros de las propias comunidades, por lo que este aporte de trabajo no está mediado por una relación salarial.

A nivel de infraestructura, si bien en la trayectoria de Catia TV se observa la importancia del apoyo tanto de la comunidad como de otras instancias (como el apoyo de recursos técnicos y humanos brindados por gente de la Universidad Central de Venezuela durante los 90s, por ejemplo) se puede afirmar que el nivel de equipamiento e infraestructura con que cuenta no podría haber sido posible sin las posibilidades que les ha brindado la reconocida legalidad. Sin ella, no habrían sido posible las subvenciones del Ministerio de Comunicaciones, las exenciones de impuestos que forman parte de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la entrega en comodato del actual edificio que ocupa la televisora o el préstamo que les brindó PDVSA para poder llevar adelante el proyecto en sus primeros tiempos post – reglamento.

Pero si bien el caso de Catia TV es emblemático, no es una excepción. El Ministerio de Comunicación e Información, atendiendo a las políticas de fortalecimiento, apoyo y estímulo a los medios comunitarios ha estado entregando en calidad de comodato equipos tecnológicos (audífonos, micrófonos, consolas de audio, transmisores) a los medios comunitarios de manera sistemática desde el 2005. Al primer semestre de ese año, esta tarea sumaba ya la entrega de 128 equipos.

Por otro lado, una importante fuente de recursos para los medios comunitarios -también amparada en la legislación- es la publicidad, lo cual obedecería por una parte a procurar la posibilidad de autogestionarse, al tiempo de procurar el desarrollo endógeno de las propias comunidades, promocionando los productos de las pequeñas y medianas empresas que se encuentren dentro de su ámbito de acción.

Lo que se dijo en el reglamento fue que los medios comunitarios ya podían autogestionarse a través de la publicidad de pequeñas y medianas empresas de la comunidad en la que laboran, eso evita desvirtuar y que el dinero termine desplazando a la comunidad dentro del funcionamiento: además es una forma de valorar la economía popular, es ser congruente con el objetivo del medio (Deronne, 2005a)

Respecto de este último tema, Vive TV -por su adscripción estatal más explícita y su alcance nacional-, experimenta algunas diferencias con las experiencias comunitarias. El tamaño convierte al tema de la publicidad y el marketing en asunto de un departamento específico, pero no lo exime de seguir siendo un tópico controvertido. La introducción de intereses comerciales – privados se ve como una amenaza, pero no se mide con la misma vara la introducción del interés estatal, puesto que se admite sin la misma desconfianza el vínculo con el Estado, que genera recursos por medio de la cesión de espacios para promoción de campañas u otro tipo de publicidad proveniente de otros organismos del Estado.

Nuestro canal no vive de negociar con su espacio [...] No puede jamás convertirse el espacio televisivo en mercadeo, en el espacio del otro. Porque o si no tu mensaje estará en manos del otro. Y ese no puede ser el camino. Habría que buscar la manera de evitarlo [...] por supuesto se mandan piezas de distintas instituciones. Instituciones culturales, económicas, de salud. Dar a conocer. Como esas instituciones reciben dinero, nos pagan algo por ese espacio, pero no vivimos de eso (Mago, 2005)

Pero a pesar de los esfuerzos, los recursos parecen ser pocos y tienden a ser cada vez más insuficientes con el tiempo, ya que las necesidades van aumentando año a año (Deronne, 2005a).

Vive TV actúa como distribuidor, tanto de la producción independiente en general como de la

producción independiente comunitaria y esto implica destinar recursos a la compra de esta parte de la programación. En el caso de la producción proveniente de los medios comunitarios el financiamiento se refiere sólo al apoyo logístico y no al trabajo producido, pues se sobreentiende que su emisión a nivel nacional por medio de Vive TV ya es una forma de pago a un trabajo cuyo recurso original -el trabajo de los ECPAIs- es realizado por medio de voluntariado.

En cuanto a la participación comunitaria, no hay pago con el programa en el sentido que ahí más bien lo que se hace es ofrecer un canal a la comunidad que bueno recibe una comisión si necesita recursos justamente para hacer el programa –hablamos de logística, de viáticos, cosas así, eso pasa- entonces el canal apoya lógicamente también [...] es esa idea de que somos instrumento de la comunidad, no somos un ente privado que va a pagar a una gente, si no más bien tratar de ser el vehículo (Deronne, 2005a)

Con todo, las estrategias de financiamiento también reciben críticas desde participantes de experiencias comunitarias. Uno de esos temas es que el financiamiento por medio de auspicios o publicidad no llega a los productores audiovisuales comunitarios y si bien el voluntariado puede funcionar, no asegura la subsistencia de estos productores como tales en el tiempo. A veces también se requieren insumos mínimos (cámaras, cintas) y que los productores comunitarios deben financiar por su cuenta, lo cual tampoco es un incentivo para la participación.

Tiene que entender el Estado, que al apoyar financieramente al medio no precisamente está apoyando al productor comunitario independiente, porque desde los medios comunitarios, se nos dijo desde hace algún tiempo, que si el productor comunitario independiente quiere hacer programas, debe buscar financiamiento, yo creo que esto es un error [...] ojalá que algún día pueda considerar a la producción comunitaria independiente, como una fuente de trabajo, como una forma de vida, pero mientras no busquemos las formas para lograr eso, no vamos a llegar a nada, vamos a dejar que mucha gente pase por Catia tv y se salga, como ha sucedido (Zavala, 2005)

Sintesis segunda parte: tabla resumen de los casos y línea del tiempo

Tabla síntesis de los casos según mapa de categorías

CATEGORÍAS	ESPAÑA	ESTADOS UNIDOS	VENEZUELA
Visualización de la experiencia			
<i>1. Experiencias del caso</i>	<p>Tele K: televisión del barrio de Vallekas (Madrid)</p> <p>La Tele: televisión de los movimientos sociales de Barcelona.</p> <p>EMARTV: ONG que gestiona un trabajo en red de las emisoras municipales de Andalucía de radio y televisión, desde una perspectiva participativa y comunitaria.</p> <p>Coexistencia de modelos comunicativos alternativos muy diferentes entre sí y con pocos espacios de articulación.</p> <p>Personajes claves: Manuel Chaparro, Carme Mayugo, Paco Pérez</p>	<p>Paper Tiger: colectivo de videoactivismo reconocido por su búsqueda de lenguajes audiovisuales alternativos. Gestor de Deep Dish y Freespeech.</p> <p>Deep dish TV: productora y distribuidora audiovisual independiente con un sistema de trabajo colaborativo entre audiovisualistas independientes y comunitarios.</p> <p>Freespeech TV: canal satelital de alcance nacional con contenidos progresistas provenientes de canales de acceso público y audiovisualistas independientes.</p> <p>Personajes Claves: Deedee Halleck, George Stoney, Jon Alpert, Herbert Schiller</p>	<p>Catia TV: televisión comunitaria que llega a la zona oeste de Caracas. La más antigua y reconocida del país.</p> <p>Vive TV: televisión comunitaria financiada por el Estado, de alcance nacional, con distintos centros regionales. Transmite contenidos proporcionados por las televisiones comunitarias y productores audiovisuales independientes.</p> <p>Personajes claves del caso: Blanca Eekhout, Ricardo Márquez</p>
<i>2. Conceptualización</i>	<p>Tele K: local, comunitaria</p> <p>La Tele: tercer sector (movimientos sociales)</p> <p>EMARTV: social, participativa</p> <p>No hay consenso conceptual entre ellas.</p>	<p>Primera enmienda aplicada al soporte audiovisual</p> <p>Videoarte / Videoactivismo</p> <p>Esfera pública alternativa</p>	<p>Comunitaria</p>

<p>3. <i>Antecedentes</i></p>	<p>Medios clandestinos contrarios a la dictadura</p> <p>Explosión de radios libres y televisiones locales comunitarias a principios de la democracia, que intentarán persistir a pesar de restricciones permanentes a su existencia y desarrollo.</p>	<p>A nivel social, la corriente contracultural que cristaliza en los 60s (derechos civiles afroamericanos, guerra de Vietnam, feminismo), pero con antecedentes históricos previos.</p> <p>A nivel mediático, el video arte, la Guerrilla TV y sus referentes (Bertolt Brecht, Walter Benjamin, H.M. Enzensberger, M. McLuhan).</p> <p>Los errores de la Guerrilla TV como aprendizaje.</p>	<p>Opinión pública oficial históricamente contraria al desarrollo de políticas de comunicación democráticas (Proyecto RATELVE).</p> <p>Persecución de proyectos de comunicación alternativa.</p> <p>Experiencias: Revista Reventón y Cine Urgente; Cineclubs</p> <p>Academia: Antonio Pasquali, ININCO (herencia controvertida)</p>
<p>4. <i>Contexto</i></p>	<p>Democracia joven: desmovilización política a nivel social y fuerte partidización de la política.</p> <p>Legislación dispersa, compleja y diversa en materia de comunicación. Tensión Estado-autonomías.</p> <p>Televisión pública históricamente muy politizada. Medios privados con fuerte peso en el mercado.</p> <p>Academia interesada históricamente en la comunicación alternativa desde lo local, pero actualmente centrada en la comunicación local profesionalizada.</p>	<p>Relevancia cultural de un sistema televisivo fuertemente comercial y con una televisión pública débil. El cable como soporte de apoyo.</p> <p>Círculo de comunicación y cultura alternativa de larga data (60s, 70s) fuertemente institucionalizada y legitimada dentro de los movimientos sociales del país</p> <p>Política exterior norteamericana en América Latina y Medio Oriente. Ataque a las Torres gemelas.</p> <p>Situación de país en guerra (secretismos del gobierno, espionaje, limitación de libertades civiles)</p> <p>Mayor cercanía con investigadores de la economía de la comunicación que con los de los estudios culturales. Ausencia de relación con medios de la izquierda ilustrada.</p>	<p>Casi 20 años de fuerte politización, que van desde la revuelta popular de 1989 (Caracazo) hasta el último referéndum (constitucional), pasando por dos golpes de Estado, la aprobación de una nueva constitución y un paro petrolero de varios meses para provocar el derrocamiento del gobierno.</p> <p>Ante la crisis de los partidos políticos, los medios estatales y privados se han convertido en escenario de la lucha política.</p> <p>Medios comunitarios fuertemente organizados y favorables al proceso bolivariano en la forma de “crítica leal”. Cuestionamiento permanente tanto externo como propio de la independencia.</p> <p>Política estatal de favorecimiento de la democratización de la comunicación social</p>

		Hostigamiento del sistema oficial de medios	(legislación, nuevos canales, encuentros internacionales) La oposición “cultural” de los intelectuales, los profesionales de la comunicación y los sectores medios en general al proceso político.
Particularidades del 3° sector televisivo			
<i>1. Soporte y alcance</i>	<p>Televisión abierta: UHF en general. También satélite (en el caso de EMARTV)</p> <p>La opción por la TV abierta se debe a principalmente a su alcance, en comparación con otros soportes.</p> <p>Coexistencia de orientación hacia comunidades geográficas y comunidades de intereses.</p> <p>Datos de alcance: 3 millones en Andalucía, 600 mil (potencial) en Madrid. El centro de la ciudad, en Barcelona (Gracia, Eixample, Ciutat Vella, Poblenou).</p>	<p>Televisión por cable, video doméstico (VHS, DVD) y televisión satelital.</p> <p>Se llega a la TV de cable por las posibilidades que abrió al videoactivismo.</p> <p>El alcance de las experiencias es originalmente local, pero se expande por satélite y también internet.</p> <p>Datos de alcance: En los 90s, Deepdish TV podía llegar a 14 millones de personas; en los 2000s, FSTV llega a 25 millones de personas</p>	<p>Televisión abierta UHF</p> <p>La opción por la TV abierta es una opción por mostrar en imágenes la diversidad de la sociedad venezolana como contrapunto a la imagen estigmatizada y parcial que entregan los medios privados.</p> <p>Datos de alcance: mediciones indirectas de audiencia (llamadas telefónicas, acceso a página web, streaming)</p>
<i>2. Lenguaje y contenidos</i>	<p>Tele K: producción propia en vivo, importancia de informativos; intercambio de programas con redes de cooperación a nivel estatal e internacional.</p> <p>La Tele: labor movimientos sociales, exclusión de proselitismos, búsqueda de un lenguaje popular no</p>	<p>Aporte estilo propio [artesanal, deconstructivo]</p> <p>Contradicciones de la sociedad estadounidense</p> <p>Crítica a la política exterior norteamericana</p> <p>Experimentación con el lenguaje de los géneros de entretención desde una perspectiva alternativa.</p>	<p>Revertir el robo de la palabra y la imagen</p> <p>Expresión de contenidos que remiten a las experiencias cotidianas y políticamente contingentes de las comunidades</p> <p>Contenidos culturales, educativos y culturales</p>

	<p>militante.</p> <p>EMARTV: generación de contenidos comunes a Andalucía, principalmente informativos, y que no puede sustentar por sí sola ninguna emisora.</p> <p>Deuda con la ficción.</p>		<p>La apuesta por el tiempo de la reflexión y la deuda con la ficción</p>
<p>3. <i>Emisión y recepción</i></p>	<p>Democratización de la emisión por distintas vías y enfoques:</p> <p>Tele K: supresión de mediadores, interactividad con el público</p> <p>La Tele: presentación del trabajo y discurso de las organizaciones de la sociedad civil. Emisor y receptor concientizados</p> <p>EMARTV: acceso participativo mediado por estructuras municipales</p>	<p>Canales de acceso público: “plazas públicas electrónicas” donde cualquiera puede decir lo que quiere. Libertad de expresión sin restricciones: dificultades con discursos de odio.</p> <p>Colectivos de videoactivismo: interactividad en la definición de los contenidos</p>	<p>Consignas: “No vea televisión, hágala”; “Ahora el control lo tenemos todos”</p> <p>Todos somos emisores</p> <p>Intercambio de roles emisor - receptor</p> <p>Separación medio – mensaje</p> <p>Consultoría Social</p>
<p>Sustentabilidad social</p>			
<p>1. <i>Diagnóstico y acción</i></p>	<p>Debilidades del tejido asociativo y sus medios</p> <p>Profesionalización (público o privada) de la televisión local ha redundado en una renuncia generalizada a su orientación comunitaria.</p> <p>Persecución de las experiencias de televisión comunitaria todavía existentes.</p>	<p>Los medios privados no cumplen con el rol de “cuarto poder”.</p> <p>TV de acceso: uso político de un recurso originalmente neutral. Democratización de la pantalla: presentación autónoma de grupos y comunidades.</p> <p>Influencia cada vez mayor de los intereses de las</p>	<p>Visibilización grupos sociales excluidos</p> <p>Transformación del modelo comunicacional dominante</p> <p>Creación poder local contrahegemónico</p>

		empresas de comunicación en la legislación: proceso de mayor a menor restricción de la concentración de la propiedad y de mayor a menor protección de las experiencias de televisión no lucrativas.	
2. <i>Tecnologías y profesionalización</i>	<p>Tele K y EMARTV presentan una mayor institucionalización de los procesos de formación de la comunidad y una mayor sinergia entre teoría y práctica.</p> <p>La Tele: talleres formativos abiertos a miembros de los diversos colectivos como estrategia sin los retornos esperados. Mejores resultados en la colectivización del conocimiento técnico dentro del grupo promotor.</p>	<p>El fracaso del vanguardismo presuntuoso como una enseñanza (Guerrilla TV)</p> <p>Masificación del uso y acceso a las tecnologías audiovisuales portátiles y domésticas.</p> <p>Democratización del conocimiento a través de entrenamiento en el uso de los medios tanto en los canales de acceso público (mandato legal) como en los propios colectivos de videoactivismo.</p> <p>Trabajo conjunto de expertos y autodidactas.</p>	<p>Democratización del conocimiento experto: ECPAIs / Escuela Popular de Cine</p> <p>Producción audiovisual comunitaria e independiente</p>
3. <i>Organización interna</i>	<p>Tele K y La Tele: forman parte de una Federación de Asociaciones (Fedekas y Asamblea de la Comunicació Social, respectivamente).</p> <p>EMA RTV es una ONG cuya junta directiva es elegida por delegados de los municipios andaluces asociados.</p> <p>Distintas combinaciones de trabajo remunerado y no-remunerado</p>	<p>Institucionalidad canales de acceso público: corporaciones no lucrativas exentas de impuestos</p> <p>PPTV, DDTV, FSTV: colectivos asamblearios, concepto de democracia participativa. Trabajo parcial, mezcla de trabajo voluntario y pagado.</p> <p>Producción mediática colaborativa y de base / Conformación colaborativa y de clase de los contenidos mediáticos.</p> <p>Mayor departamentalización a mayor complejidad.</p>	<p>Intercambio de cargos en el tiempo (Catia TV)</p> <p>Improvisación sobre la marcha</p> <p>Mayor departamentalización a mayor complejidad y tamaño de la organización</p>
Sustentabilidad			

institucional			
<p>1. <i>Políticas de comunicación en general</i></p>	<p>Constitución Española: reconoce el derecho de acceso y la libertad de expresión.</p> <p>Ley del tercer canal: autoriza a las comunidades autónomas a tener su propio canal público.</p> <p>Ley de televisiones privadas: autoriza la existencia de canales de televisión privados dentro de España.</p> <p>Ley de Televisiones Locales: reconocía las televisiones locales existentes (incluidas aquellas sin fines de lucro), pero nunca fue aplicada.</p> <p>No existe un organismo regulador de alcance estatal, sólo en algunas autonomías y con diferentes niveles de decisiones. Destaca en lo formal el Consejo Audiovisual de Cataluña.</p> <p>Los lineamientos de la Unión Europea promueven las políticas privatizadoras y comerciales; aunque existen iniciativas en sentido contrario, tienen mucho menos influencia.</p>	<p>Primera Enmienda: libertad de expresión y acceso público.</p> <p>Organismo regulador (FCC) cuestionado por responder a los intereses corporativos antes que a la sociedad civil.</p> <p>Doctrina de la equidad / <i>Fairness doctrine</i> (1949 – 1987)</p> <p>Acta de Telecomunicación de 1996: giro definitivo hacia la privatización y comercialización sin contrapeso del espectro radioeléctrico</p> <p>Campaña por la Reforma de los Medios: proceso de movilizaciones histórico de la sociedad civil a favor del interés público en la comunicación (2000s en adelante)</p>	<p>Constitución Bolivariana: la democracia participativa y la comunicación como un derecho.</p> <p>Reforma LOTEL: marco legal de regulación general de las Telecomunicaciones. Reconoce a los medios comunitarios.</p> <p>Ley Resorte (Responsabilidad Social en Radio y Televisión)</p> <p>Retiro de la concesión hertziana de RCTV e inauguración de un nuevo canal público de carácter social: Tves</p> <p>Respeto irrestricto por la libertad de expresión no sólo de las élites</p>
<p>2. <i>Institucionalidad para los medios del 3º sector</i></p>	<p>Ley General Audiovisual: promesa electoral del PSOE para las elecciones de 2004. Sigue sin aprobarse (reconoce las categorías de servicios de difusión comunitarios y servicios de difusión de proximidad).</p> <p>Ley de Impulso de la Sociedad de la Información</p>	<p>Sentido de oportunidad sobre condiciones propicias, pero no explícitas a favor de un tercer sector de la comunicación.</p> <p>La institucionalidad de los canales de acceso público como base de desarrollo. No propicia experiencias de comunicación alternativa pero genera condiciones</p>	<p>Reforma LOTEL: reconocimiento de los medios comunitarios .</p> <p>Reglamento de los medios comunitarios</p> <p>Figura jurídica de fundaciones comunitarios</p>

	<p>(LISI): abre una posibilidad para que los canales comunitarios sin ánimo de lucro con existencia anterior a 1995 puedan acceder a una licencia de TV digital.</p> <p>A nivel autonómico, sólo la Ley de la comunicación audiovisual de Catalunya reconoce los proyectos de comunicación sin ánimo de lucro (art. 70 y 71), pero en la práctica se los trata igual que a proyectos privados comerciales.</p>	<p>que utilizadas de cierta forma le han dado lugar.</p> <p>Exigencias de servicios para canales de interés público a las plataformas satelitales.</p> <p>A nivel artístico: ITVS, Council of Arts</p> <p>Otros: legislación para fundaciones sin fines de lucro</p>	
3. Digitalización	<p>Primer intento de digitalización fracasado a fines de los 90s.</p> <p>Ley 53/2002 convierte a las televisiones locales en el motor del nuevo intento de digitalización. El Plan técnico respectivo se aprueba en 2005.</p> <p>Concursos de adjudicación de licencias de televisión local (también radio) poco transparentes en la mayoría de los casos.</p> <p>La digitalización no ha contribuido a la situación de los medios audiovisuales del tercer sector.</p>	<p>Implementación de la digitalización desde los 90s</p> <p>La ley del <i>Must Carry</i> protegió originalmente a los canales de acceso público.</p> <p>Barton Cope (Communications Opportunity, Promotion, and Enhancement) Act: amenaza para la capacidad de negociación de los ayuntamientos con las operadoras de cable para la mantención de los canales de acceso. Su desarrollo legislativo ha quedado detenido.</p>	<p>Aún no se adopta un estándar. Se han realizado mesas de conversación con diversos actores, incluyendo medios del tercer sector.</p>
Sustentabilidad financiera			
1. Estrategias de financiamiento y	<p>Fuentes públicas y privadas de financiamiento: Bonos de ayuda; trabajo voluntario; retribución de la formación; subvenciones y concursos de recursos;</p>	<p>Fuentes heterogéneas y diversas de financiamiento, principalmente privadas:</p>	<p>Publicidad de pequeñas y medianas empresas del entorno.</p>

<p><i>distribución</i></p>	<p>convenios de colaboración con instituciones públicas; cuotas de socios.</p> <p>No hay una política que avale un financiamiento estable.</p> <p>Desarrollo en ciernes de internet como forma de distribución integrada entre distintas experiencias.</p>	<p>Asignación (voluntaria) de dineros de los operadores de cable a los canales de acceso, que luego son administrados por los gobiernos locales.</p> <p>Council of Arts e ITVS: apoyan a los colectivos de videoactivismo que usan como soporte a los canales de acceso.</p> <p>Consumo privado de Merchandising y de las producciones audiovisuales.</p> <p>Internet como otra ventana de existencia y presencia.</p>	<p>Auspicios del Estado.</p> <p>Financiamiento con fondos públicos de la producción audiovisual profesional y apoyo logístico de la producción audiovisual comunitaria.</p>
----------------------------	--	--	---

Línea del tiempo comparativa entre los casos

	España	Estados Unidos	Venezuela
Antes de 1950	Guerra Civil (1936 - 1939) Comienzo de la dictadura franquista (1939)	Aprobación de la Primera Enmienda (1787) Persecución de proyectos de comunicación alternativa (fines del siglo XIX y principios del siglo XIX) Aprobación de la Doctrina de Equidad o <i>Fairness Doctrine</i> (1949)	Golpe de Estado (1945)
50s		Inicio demandas de los afroamericanos por los derechos civiles	Inicio del Pacto de Punto Fijo (1958)
60s		Movimiento contracultural: derechos civiles, pacifismo, feminismo Introducción al mercado de la cámara de video portátil (portapak) Inicio de las experiencias de video arte Public Broadcasting Act: creación de la televisión pública PBS (1967)	Revista Reventón
70s	Muere Francisco Franco. Se inicia la transición a la democracia (1975)	Manifiesto Guerrilla TV (1971)	Cine Urgente

	<p>Entra en vigor la actual Constitución española (1978)</p>	<p>Acta de Telecomunicaciones: creación de los canales PEGs (1972)</p> <p>Fundación del Alternative Media Center (1972)</p> <p>Fundación del Downtown Community Media Center (DCTV) de Manhattan (1972)</p> <p>Juicio FCC vs. Midwest Video Corporation (1979)</p>	<p>Proyecto RATELVE (1974)</p> <p>Creación del Instituto Nacional de Investigación en Comunicación, ININCO (1974)</p> <p>Investigador clave del período: Antonio Pasquali</p>
80s	<p>Intento de golpe de Estado (1981)</p> <p>Nace TV Cardedeu, la primera televisión local española (1981)</p> <p>El Partido socialista gana las elecciones (1982) y gobierna por 14 años</p> <p>Ley del Tercer Canal (1983)</p> <p>Inicio de actividad de la Red de Emisoras Municipales de Andalucía, a nivel de radios (1984)</p> <p>Ley de Televisión privadas (1988)</p> <p>Explosión de Radios libres y de TVs locales comunitarias (todas sin licencia)</p>	<p>Inauguración del proyecto Paper Tiger con el programa <i>Communications Update</i> (1981)</p> <p>Acta de Telecomunicaciones: operadoras de cable deben proveer de equipamiento a los canales PEGs (1984)</p> <p>Paper Tiger crea el proyecto Deep Dish TV (1985)</p> <p>Abolición de la Doctrina de Equidad o <i>Fairness Doctrine</i> (1987)</p> <p>Creación de la ITVS (1988)</p>	<p>Cineclubes</p> <p>Ininco</p> <p>Caracazo. Fin del Pacto de Punto Fijo (1989)</p>

90s	Proceso de profesionalización de las televisiones locales: privatización o municipalización de los proyectos		Cineclubes Ininco
1990			
1991		Guerra del Golfo Deed Dish TV desarrolla el Gulf War TV Project	
1992	Comienza a emitir Tele K	Acta de Telecomunicaciones: responsabiliza a los operadores de cable de los contenidos indecentes en los canales PEGs. Se refuerzan los requerimientos de equipamiento que deben dar las operadoras de cable a los canales PEGs	Golpe de Estado de Chávez
1994	EMA RTV pasa a denominarse Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía de Radio y Televisión.		
1995	Ley de Televisiones Locales	Deep dish en alianza con otras organizaciones da inicio a la etapa analógica de FreespeechTV	
1996	El Partido Popular gana las elecciones y gobierna hasta 2004	Fundación de Democracy Now! Juicio Denver Area Educational Telecommunications Consortium vs. FCC Acta de Telecomunicaciones que cuestiona la noción de servicio público. Autoriza la venta del espectro	

		radioeléctrico con fines comerciales	
1997			
1998	Primer proyecto de televisión digital terrestre. Se crea Onda Local de Andalucía (OLA), centro de producción y emisión de programas de EMA RTV	Inicio transición digital. Implementación formato propio: ATSC	
1999		Creación de Indymedia, liderada por miembros de Deep Dish.	Chávez Presidente
2000	212 colectivos de Barcelona inician la campaña <i>COM és possible</i> , por medio de la cual demandan la gestión asociativa de la radio pública de la Diputación de Barcelona, la COMRadio	FreespechTV comienza una segunda etapa en soporte satelital Normativa FCC: 4 y 7% de los canales satelitales destinados a canales de interés público	Constitución Bolivariana Comienzan transmisiones Catia TV. Reforma Ley de Telecomunicaciones: reconocimiento medios comunitarios Reconocimiento legal Catia TV
2001		Ataque a las torres gemelas	
2002		Etapas de consolidación de la Campaña por la Reforma de los Medios (2002 en adelante)	Golpe de Estado contra Presidente Chávez Miembros de CatiaTV y otros medios comunitarios retomaron la señal del canal estatal durante el golpe de Estado. Reglamento de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro Constitución de la Asociación Nacional de Medios Comunitarios, libres y alternativos, ANMCLA

			Paro petrolero
2003	Se crea la Asamblea de la Comunicación Social, como continuidad de la campaña <i>COM...</i> 150 colectivos ya no quieren gestionar un espacio de la radio de la Diputación, sino que demandan el reconocimiento de un tercer sector audiovisual, expresado en una radio y una TV para para los movimientos sociales de Barcelona	Inicio de la guerra de Irak (sigue hasta hoy)	Paro petrolero Clausura de Catia TV por Alcaldía Mayor de Caracas, de tendencia opositora Ministerio de Cultura cede por 50 años un edificio abandonado a Catia TV en su zona de emisión. Lanzamiento 2º etapa Catia TV Inauguración Vive TV
2004	11-M: Atentado de Atocha Elecciones Generales. Después de 8 años de gobierno del Partido Popular, el Partido Socialista gana las elecciones.	Bush realiza profundos recortes al presupuesto de la TV pública, provocando una movilización de protesta a nivel nacional Inicio del proyecto <i>New York City Grassroots Media</i> (medios de base de la ciudad de Nueva York) en la que participan las 3 experiencias del caso. Deep dish TV inicia el proyecto <i>Shocking & Awful</i>	Referendum presidencial Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión
2005	Relanzamiento de la televisión digital terrestre. Se convierte a la televisión local en la punta de lanza del proceso. Entra en vigor la Ley de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento	Deep Dish produce el documental <i>Fallujah</i> , en un trabajo conjunto entre videistas iraquíes y estadounidenses.	Inauguración de Telesur

	<p>del Pluralismo</p> <p>Entra en vigor el Real Decreto 944/2005 por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la TDT</p> <p>Se pone en marcha la Red Estatal de Medios Comunitarios (REMC)</p> <p>Se aprueba la ley de comunicación audiovisual de Cataluña. La Asamblea de la Comunicació Social participa del debate y consigue introducir dos artículos que reconocen a los medios de comunicación sin fines de lucro como parte del sistema de medios.</p> <p>Comienzan las emisiones de La Tele de la ACS</p> <p>Tele K participa en el concurso para la adjudicación de licencias de tv local de la Comunidad de Madrid, pero no consigue ninguna de las licencias otorgadas.</p>		
2006	<p>Tele K comienza a emitir un bloque de programación de Telesur</p>	<p>Se aprueba en un primer trámite legislativo la Barton Cope Act (Communications Opportunity, Promotion, and Enhancement Act). Pero su proceso legislativo no prosperó.</p>	<p>Encuentro internacional Comunicación para el Socialismo del siglo XXI</p> <p>Foro Social Mundial en Caracas</p>
2007	<p>Carta de la Dirección General de Medios avisando la iniciación de un proceso sancionador contra La Tele en caso de seguir emitiendo.</p>		<p>Fin de la concesión de televisión abierta a RCTV</p> <p>Inauguración de un nuevo canal público de carácter</p>

	<p>Se aprueba la Ley de Impulso de la Sociedad de la Información (LISI): una enmienda interpuesta reconoce el derecho de las televisiones locales sin ánimo de lucro anteriores a 1995 para que obtengan una licencia para emitir en digital.</p>		<p>social: Tves</p> <p>Referendum constitucional</p>
<p>2008</p>	<p>La Asamblea per la Comunicació Social presenta un recurso de reposición ante el pleno del Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) contra el último concurso para la adjudicación de concesiones del servicio público de radiodifusión en FM (publicado el 21 de diciembre de 2007), por considerar que favorece a los operadores privados de carácter comercial, el cual será desestimado por el organismo regulador.</p> <p>Elecciones generales. El Partido Socialista vuelve a ganar las elecciones. Las promesas de 2004 relativas a la conformación de un Consejo Audiovisual del Estado y una Ley General Audiovisual siguen pendientes.</p> <p>La Tele recibe una carta de la DGMA que anuncia el precintado efectivo de la antena de emisión. La ACS responde presentando un recurso de alzada a la Consejería de Cultura y Medios de comunicación contra la orden de precintado.</p>		

TERCERA PARTE

Capítulo 7: Análisis, conclusiones y recomendaciones

Análisis

Visibilización de la experiencia

Presentación de los casos

Las experiencias analizadas representan distintos modelos posibles de desarrollo de alternativas televisivas:

- Catia TV y Tele K: canales comunitarios de origen barrial
- Deep Dish y Paper Tiger: colectivos de producción audiovisual independiente que utilizan el soporte de los canales de cable de acceso público como vehículo de emisión
- EMARTV y Freespeech TV: canales de televisión via satélite con componentes comunitarios y asociativos, que operan como nodos de sistematización y difusión de producción audiovisual independiente
- La Tele: canal orientado por el quehacer asociativo de una ciudad
- Vive TV: canal de lógica comunitaria pero con alcance nacional

Esta diversidad de posibilidades está muy relacionada con las condiciones presentes en su contexto de desarrollo. Pero también muestra la capacidad de las experiencias para captar aquellos elementos de su entorno que pueden ser estratégicos en la definición del tipo de proyecto a desarrollar.

En todas ellas es posible encontrar personajes claves que han funcionado como líderes del proceso, ya sea por su reflexión o por su acción dentro de las experiencias.

Conceptualización

En el caso de Estados Unidos y Venezuela, aún con los matices que representa cada experiencia, hay coincidencia a nivel de país respecto del modo en que estas se autoperciben (videoactivistas y comunitarias, respectivamente). Esto no ocurre en España, donde las experiencias tienen un origen y unas trayectorias distintas entre sí, con unos puntos de encuentro que sólo se están haciendo patentes durante los últimos 5 años. Más aún, en este último caso es donde el Tercer Sector de la Comunicación se presenta más inmaduro y donde se hacen más evidentes las

tensiones de un espacio que se encuentra en sus primeras fases de construcción.

De cualquier modo, las experiencias van rozando los diversos conceptos, atributos y adjetivos asociados a la comunicación y la televisión alternativa, a saber:

- **Autónomas:** en sus formas de organización todas son autónomas, en el sentido de propiciar la participación y el empoderamiento. Pero en el componente de la independencia institucional, hay matices que inciden en el nivel de apoyo a las luchas sociales. En el caso de EMARTV, por ejemplo, por su estrecha vinculación a la estructura municipal, es difícil pensar en el desarrollo de contenidos que entren en conflicto con esta estructura. Con esto no me refiero a la presencia de contenidos que pudieran ser críticos de la labor municipal (que sí los hay), sino a contenidos que cuestionen el fondo de la estructura política oficial.
- **Ciudadanas:** EMARTV podría pensarse como un proyecto de medio ciudadano que atraviesa los binarismos público – privado, al instalarse como un proyecto asociativo basado en la estructura municipal de Andalucía; lo mismo podría decirse de proyectos como Paper Tiger y Deep Dish, ya que ellos se instalan como proyectos de videoactivismo utilizando como soporte los canales de acceso público que entregan las operadoras de cable a la administración municipal. Sin embargo, con respecto al componente de voluntariado, éste no está conceptualizado como tal en la experiencia española, aunque sí en las de Estados Unidos.
- **Contrahegemónicas:** componente presente en todas y se expresa tanto en sus discursos como en sus formas de organización y toma de decisiones, siempre orientadas hacia el cambio social, pero con alcances y maneras diversas. Donde adquiere más fuerza es en Venezuela, al punto que muchos entrevistados utilizan este concepto explícitamente para referirse a su trabajo dentro de las experiencias. Sin embargo, en este país también ronda permanentemente la idea de que las experiencias presentan un “interés partidista”, dada la cercana relación de intereses con el proyecto político que se está desarrollando en el país desde que asumió el presidente Chávez, en 1999. El matiz radica en que esa cercanía al poder se da en un contexto en que este representa una alteración del orden hegemónico no sólo a nivel nacional, sino que mundial. No es que en las otras experiencias no exista vinculación con partidos o movimientos políticos de cualquier

tipo (aunque por lo general, de izquierda), lo que ocurre es que son minoritarios dentro del sistema político y por lo mismo no generan estos aparentes conflictos de intereses. La traducción del componente contrahegemónico a nivel político se expresa comunicacionalmente en el hecho de que en las experiencias venezolanas se puede observar una subversión del orden “natural” de la representación televisiva, que cuestiona así la dominación. En los otros casos, hay una “orientación”, unos “propósitos” contrahegemónicos, pero su capacidad de incidencia en el sistema social y cultural es todavía menor. Lo interesante del caso venezolano es que por medio de él se puede responder la pregunta por la comunicación alternativa cuando el cambio social que ésta pregona se hace efectivo y se alcanza una nueva hegemonía que le sea favorable: muestra que la comunicación alternativa no se acaba cuando los cambios se hacen efectivos. Por el contrario, su riqueza se engrandece ya que amplía el horizonte de las demandas comunicativas surgidas de las bases sociales, así como se expanden en creatividad las posibilidades de institucionalización que aseguren su sustentabilidad. De esta manera, las experiencias se constituyen como medio y fin de un cambio social mayor.

- **Contrainformativas:** este componente está muy presente, principalmente en las experiencias de Estados Unidos como en las de Venezuela, donde las experiencias analizadas realizan un fuerte trabajo de deconstrucción del discurso informativo que construyen los medios privados.

- **Marginales:** este atributo es más bien aplicado desde los medios de comunicación del sector privado o público. Es el caso de Venezuela es más notorio, pues allí los medios privados se niegan a reconocer como “verdaderos” comunicadores a los representantes de las experiencias de televisión comunitaria. Sin embargo, no debe confundirse la opción por mantener la especificidad de un sector comunicacional distinto del privado y del gubernamental, como un deseo de marginalidad.

- **Mediactivistas:** aunque conceptualmente el término está más asociado a las posibilidades brindadas por internet, las experiencias estadounidenses han sido precursoras del concepto en el soporte televisivo, por su integración de la crítica social con la expresión artística por medio de la imagen en movimiento. Si consideramos que Indymedia es hija de Deep Dish TV, entonces el caso estadounidense representaría la

prehistoria del concepto.

- Opositacionales: el componente opositacional a los medios tradicionales es fuerte sobre todo en las experiencias de Venezuela y también en Tele K. En el primer caso, sobre todo con respecto a los medios privados. En el segundo caso, hay una situación de tensión y enfrentamiento principalmente con el canal autonómico, dada la notoria politización derechista de este último. Lo importante, sin embargo, es que ninguna experiencia se agota en la mera oposición.
- Participativas: todas otorgan voz y presencia, en mayor o menor medida, a los sectores postergados por el proyecto neoliberal, aunque cada una de una manera particular. En las experiencias españolas, lo principal es la presencia de los sectores postergados y sus problemáticas dentro del propio país. Pero además, Tele K y EMARTV otorgan un espacio propio a los colectivos de inmigrantes. A veces también presentan a sectores postergados de países en desarrollo o víctimas de guerras, pero en su propio contexto. En Estados Unidos, se presenta tanto a los sectores postergados de la propia sociedad norteamericana como a las víctimas de la política exterior norteamericana en diversos países del mundo. En Venezuela, por último, está principalmente el componente de participación de los sectores postergados del propio país. Aunque en el caso de Vive TV, también hay espacio para la presentación de estos sectores postergados en su propio contexto, con especial énfasis en los países latinoamericanos. En todas las experiencias se promueve esta participación por medio de la emisión: son los propios grupos o sectores postergados los que dan voz a sus condiciones de existencia.
- Populares: aunque en Venezuela se conciben como comunitarios, en la práctica también se ajustan a la idea de comunicación popular, dada la relevancia que otorgan a la estimulación del diálogo y la discusión, así como al desarrollo de receptores que sean al mismo tiempo emisores.
- Radicales: este adjetivo presenta matices similares al de autonomía. Uno de los temas claves de la radicalidad es la ausencia de lealtad a cualquier tipo de autoridad. En contraste, las experiencias de Venezuela se refieren a una “crítica leal”, no necesariamente al gobierno como al proceso político que este lidera, pero del cual se consideran parte integrante. De hecho, esta crítica leal siempre tiene que ver con la

exigencia de mayor agilización en la consecución de las promesas de la democracia participativa e incluye, por ejemplo, denuncias de corrupción de las autoridades en el nivel local. El caso de EMARTV presenta una situación similar, pues se trata de una experiencia que está basada en la estructura municipal de una región, de manera que la crítica directa y explícita de las autoridades es un asunto complejo, que se intenta manejar de la mejor manera, pero está siempre presente como una tensión. Aunque se trata de experiencias similares, hay una diferencia de fondo entre ambas y que es la fuerza del componente contrahegemónico. El concepto de medios radicales ha sido concebido desde una posición de subordinación, de allí que las experiencias del caso venezolano sean difíciles de encajar en este concepto, pues ellas forman parte de un proyecto político contrahegemónico que es el que gobierna el país en este momento. En el caso de EMARTV, no cumplen con el atributo de los medios radicales, lisa y llanamente.

- Resistentes: en todos hay presente un discurso de resistencia a las promesas de integración del neoliberalismo. Se rechaza discursivamente el consumo irracional, el individualismo, la desvalorización de la fuerza de trabajo y de sus formas organizativas, el desarrollo insostenible, entre otros temas. Este rechazo también se expresa en sus formas de gestión y de relaciones humanas a nivel organizacional.
- Tercer sector de la comunicación: con respecto al concepto de tercer sector de la comunicación construido como tipo ideal en el capítulo 2, en todas las experiencias se observa el requisito de la gestión social y de un interés no lucrativo. Donde se presentan más matices es en el tema del soporte y de la propiedad.

El soporte “explota” ante las experiencias. Aunque están todas afincadas al soporte audiovisual, no significa necesariamente que estén atadas a un solo canal de televisión. Es lo que ocurre, por ejemplo, con las experiencias del caso estadounidense o con EMARTV en España, que privilegian la producción audiovisual en red para su distribución en diversos canales locales municipales -de cable en Estados Unidos; en señal abierta en España-, utilizando a su vez la televisión satelital como herramienta tecnológica de apoyo.

Las experiencias “transitan” por diversas formas de propiedad. Nuevamente el caso estadounidense y el español destacan. La primera, por su apropiación de un soporte brindado

por el sector privado en alianza con las autoridades municipales y la segunda por su uso de un soporte local municipal para el desarrollo de un proyecto comunicativo que promueve la asociatividad. Desde un punto de vista reactivo, estas experiencias que se conciben a sí mismas como alternativas de comunicación, hacen un uso exitoso de soportes concebidos originalmente con otros intereses. El problema es que esta estrategia no sirve en el largo plazo. En el caso del soporte privado, está presente el riesgo permanente de reutilización para fines comerciales de estas señales. El fracaso del intento de la Guerrilla TV por introducir sus producciones en el sistema privado estadounidense muestra que esta otra entrada al soporte privado tampoco ha sido una buena opción. En el caso del soporte público gubernamental, existe siempre el riesgo de la fagocitación y anulación del componente comunitario, asociativo o de base, como lo refleja el proceso de profesionalización de la comunicación local en el caso español. Curiosamente, la comparación entre España y Estados Unidos muestra que las experiencias de comunicación alternativa corren más riesgos de perder su especificidad utilizando los medios gubernamentales que los medios privados, lo cual confirma la necesidad de una redefinición de la noción de servicio público como requisito para el desarrollo de una institucionalidad que asegure la sustentabilidad de los medios del tercer sector.

Estos matices relacionados con la conceptualización tipológica del tercer sector de la comunicación confirman el carácter indisciplinado de las experiencias, que juegan con los límites y los trascienden en la búsqueda de posibilidades de desarrollo y crecimiento.

Asimismo, la alta correspondencia entre las diversas conceptualizaciones (incluso a pesar de la distancia geográfica o histórica) y las experiencias, confirma la validez de la comunicación alternativa como objeto teórico y pone en evidencia el carácter intencionado de su invisibilización como objeto de investigación en un nivel equivalente al de los *mainstream media*.

La siguiente tabla resume de manera gráfica el modo en que las distintas conceptualizaciones de la comunicación alternativa son apropiadas por cada experiencia:

Modo de apropiación de los conceptos por parte de las 9 experiencias analizadas³⁷:

Conceptos	España			Estados Unidos			Venezuela	
	EMARTV	La Tele	Tele K	PPTV	DDTV	FSTV	Catía TV	Vive TV
Autonomía	- +	++	++	++	++	++	++	++
Ciudadanía	++	+	+	++	++	++	+	+
Contrahegemonía	++	++	++	++	++	++	++	++
Contrainformación	+	+	+	++	++	++	++	++
Marginalidad	-	-	-	-	-	-	-	-
Mediactivismo	+	+	+	++	++	++	+	+
Oposición	+	+	++	+	+	+	++	++
Participación	++	++	++	++	++	++	++	++
Popular	+	+	+	+	+	+	++	++
Radical	--	+	+	+	+	+	+	- +
Resistencia	++	++	++	++	++	++	++	++
Tercer Sector	- +	++	- +	- +	- +	- +	++	++

Antecedentes

En todos los casos predomina la continuidad con las tradiciones de comunicación alternativa previamente existentes. En España, tanto Tele K como La Tele (principalmente) se reconocen herederas de las experiencias libres y alegales, perseguidas a principios de la transición; En Estados Unidos, hay una continuidad (y también un aprendizaje crítico) con el videoactivismo que surge en los 60s; en Venezuela, en tanto, hay una continuidad con las experiencias de comunicación popular de los 70s y los 80s.

Asimismo, existe una continuidad con otros componentes de las tradiciones: en España, la crítica hacia una concepción pública de la comunicación que se agota en los medios gubernamentales; en Estados Unidos, la relevancia del desarrollo tecnológico y de una sociedad civil organizada que planta cara a la influencia de los medios privados; en Venezuela, permanece como sustento la afirmación de la comunicación alternativa en los sectores sociales

³⁷ Significado: ++ = Apropiación alta; + = apropiación media ; - + = apropiación baja ; - - = apropiación muy baja

populares, aunque en el contexto de un Estado que representa un polo de contrahegemonía global.

El componente persecutorio presente alguna vez en el caso estadounidense o en el caso venezolano, hoy forma parte de su historia. Sólo sigue presente en el caso de España, particularmente en el caso de La Tele y las otras experiencias de televisión alternativa surgidas con posterioridad a 1995.

La actitud hacia las tradiciones de acción y de reflexión es positiva en general y su continuidad se expresa, por ejemplo, en el tipo de contenidos, en los actores a los cuales se otorga voz, en los valores que se promueven y en el tipo de reivindicaciones, cuyo fondo es muy similar.

Se observa una densidad histórica tangible y palpable de las experiencias, que confirma el carácter construido e interesado presente en la invisibilización que se ha hecho de ellas dentro de la historia social de la comunicación. En esta invisibilización hay una responsabilidad importante de la academia, que se presenta como una herencia controvertida en los tres casos (aunque con más matices en Estados Unidos), siendo particularmente intensa en el caso de Venezuela, donde todo el proyecto político parece estar siendo percibido como una amenaza de expropiación del capital cultural adquirido por las clases medias, en la cual se encuentran los investigadores. En el caso estadounidense, mientras por un lado se aprecia una cercanía con la economía política de la comunicación o con personajes de la talla de Halleck o Stoney, en el otro los excesos teóricos de los estudios culturales parecen estar a la base de su distanciamiento con las experiencias; en el caso español, por último, el problema podría ser el propio proceso de profesionalización promovido por parte de los mismos sectores académicos que en su origen concibieron la comunicación de proximidad como un tipo de experiencia comunicativa que estaba llenando los vacíos impuestos por la comunicación gubernamental o comercial.

Contexto

La diversidad entre casos se relaciona con las condiciones de posibilidad brindadas por el contexto.

En el caso de España, la fuerte partidización de la política y la debilidad del tejido asociativo, explican las dificultades de desarrollo para experiencias de comunicación que intenten ser

públicas sin ser gubernamentales. Del mismo modo, explica las dificultades que el propio Estado a través de sus instituciones -tanto estatales como autonómicas- impone a estas experiencias para poder afirmarse y perdurar en el tiempo de manera independiente. Ahora que tienen menos relevancia pública es cuando se les llega a reconocer, pero en unas condiciones muy delimitadas (en el caso de la LISI: sin claridad sobre el tema de la cobertura, sin autorización para emitir publicidad -aunque sí patrocinios- y sin ninguna posibilidad para las televisiones surgidas después de 1995).

En el caso de Estados Unidos, dada la fuerza del sistema privado y comercial de comunicación, es a partir de este que van a surgir las experiencias. Aquí no existe la amenaza de un sistema público fagocitador, ya que es notoriamente débil y poco poderoso. Asimismo, por la propia historia de la televisión en Estados Unidos (fragmentación, accidentes geográficos), el uso del cable como soporte no constituye una opción elitista, ya que alcanza a la mayoría de la población. Por último, el otro factor que explica las experiencias estadounidenses es que en ella existe una sociedad civil fuertemente concientizada y organizada respecto del tema de los medios de comunicación, cuyas bases se remontan a las luchas por los derechos civiles, y cuyo mérito principal ha sido permanecer con una cierta independencia del sistema de partidos.

En el caso de Venezuela, las experiencias se constituyen al amparo de un Estado de nuevo cuño, que se concibe a sí mismo como motor y expresión de una democracia participativa. Esta alteración del orden social naturalizado por el neoliberalismo no está exenta de tensiones. La crisis política de 1989 y la llegada de Hugo Chávez a la presidencia, politizaron de manera extrema al canal gubernamental y a los canales comerciales. Los medios de comunicación alternativa ven una oportunidad de desarrollo en este proyecto político, el cual los promueve y les otorga garantías legales, institucionales y financieras, aunque eso implique un cuestionamiento de su independencia. Son experiencias de comunicación pública sin ser gubernamentales: son críticas del gobierno, pero no en un sentido desestabilizador.

De cualquier modo, en los tres contextos nacionales se presentan dos factores recurrentes: la invisibilización del sistema de medios y la fuerza de la sociedad civil.

En los tres casos hay desprecio o descalificación, ya sea por parte de los medios privados (en los tres) o públicos (España), pero es sin duda en Venezuela donde la confrontación es más directa, ya que los medios de orientación comunitaria son calificados como “chavistas” y, en

cuanto tales, carentes de objetividad. Pero también son descalificados porque sus comunicadores no son “profesionales”, de manera que el ejercicio de invisibilización posee también un componente de clase. En un sentido positivo, la intensidad de esta confrontación pone de manifiesto el cumplimiento de su objetivo contrahegemónico de alterar el orden del acceso a la emisión.

La sociedad civil tiene un rol protagónico y sirve de sustento en todas las experiencias. Lo que cambia es el tamaño de la sociedad civil que permite la existencia en el tiempo de las experiencias, así como su composición. En Estados Unidos, es una base fuertemente profesionalizada en el soporte audiovisual y de las nuevas tecnologías que si bien tiene una presencia notoria en Nueva York, se encuentra dispersa a través del todo el país, con una historia de proyectos en común del cual existen antecedentes ya desde los 80s con los primeros proyectos de producción colectiva desarrollados por Deep Dish.

En España, por tratarse de experiencias diversas en su origen, esta base social también lo es. En el caso de EMARTV, la base social son los miembros de las comunidades que acuden a título individual o que participan de los proyectos de emisión compartida. En el caso de La Tele, se trata de un grupo altamente concientizado y profesionalizado, pero pequeño comparativamente hablando. Esto es lo que puede explicar sus dificultades de legitimación a nivel más amplio dentro de su entorno geográfico. En el caso de Tele K, la sociedad civil de apoyo es directamente el barrio de surgimiento de la experiencia, caracterizado por su alta capacidad organizativa.

En el caso de Venezuela, la sociedad civil de apoyo está constituida principalmente por los sectores históricamente excluidos y marginados, provenientes de los sectores pobres de las grandes ciudades, así como campesinos y afrodescendientes. Por diversas razones y procesos que han sido explicados en el capítulo respectivo, en este caso la sociedad civil profesionalizada participa escasamente de las experiencias.

Soporte televisivo y tercer sector

Soporte y alcance

A pesar de la diversidad de usos y apropiaciones de la televisión que hacen las experiencias,

persiste una apuesta por la televisión como soporte principal de transmisión. Ya sea en abierto, en cable y/o vía satélite. En este sentido, puede decirse que en todas existe claridad sobre la relevancia social de la televisión como medio de comunicación de masas y una actitud estratégica hacia ella, en el sentido de reapropiársela para un uso “otro”, distinto a los usos tradicionales a los que nos tiene acostumbrada la televisión pública gubernamental o la televisión privada comercial.

No obstante esta afirmación del soporte televisivo, también resulta interesante de observar el uso que hacen la mayoría de las experiencias ya sea de internet o el satélite como recursos de apoyo, lo cual está teniendo consecuencias en el ámbito del alcance de los proyectos y cuestiona ahora desde el desarrollo tecnológico a la identidad entre comunicación alternativa y comunicación local.

Haciendo uso exclusivo del soporte televisivo, el alcance de las experiencias difiere desde aquellas con conexiones barriales a determinadas zonas de grandes ciudades (Catia TV en Caracas, Tele K en Madrid o La Tele en Barcelona) hasta aquellas que cubren una región o la totalidad de un país (EMARTV en Andalucía, Vive TV en Venezuela, Freespeech TV en Estados Unidos). Sin embargo, mediante el streaming, las únicas que no logran un alcance global (por el momento) son Catia TV, La Tele y EMARTV, ya que todas las demás utilizan internet como apoyo. Asimismo, Freespeech Tv y EMARTV utilizan el satélite, tanto para facilitar el intercambio como el acceso a las producciones propias.

De manera que con la convergencia tecnológica, el alcance “estalla” y se vuelve ilimitado. Retomando la tensión entre local y masivo presente en la bibliografía, así como los hallazgos relacionados con la conceptualización de las experiencias, se puede sostener que estas son comunitarias, pero NO porque sean locales, sino en cuanto promueven la participación social, ya sea de la comunidad geográfica de desarrollo como de las comunidades de intereses con las cuales existe una empatía. La convergencia y el trabajo en redes están implicando una redefinición de lo comunitario tal cual se venía entendiendo hasta ahora.

Vive TV, en Venezuela (Freespeech Tv en Estados Unidos también, aunque en menor medida), constituye un ejemplo del modo en que un proyecto puede ser al mismo tiempo comunitario y masivo. Vive TV confirma la idea de que se pueden evitar las fallas sistémicas de la comunicación de masas señaladas por Luhmann (énfasis en la anormalidad sobre la normalidad;

o de la información sobre la veracidad, por ejemplo) por medio de un trabajo comunicativo que no pierde de vista las necesidades y demandas concretas de las bases sociales, constituidos al mismo tiempo como sus principales emisores y su principal audiencia.

Lenguaje y contenidos

Los contenidos son presentados desde la perspectiva de los sujetos excluidos del proyecto neoliberal, tanto desde las condiciones materiales que les reporta esta exclusión como desde su expresión simbólica (si bien predomina el énfasis en la dimensión material). En todas las experiencias la primera exclusión que se denuncia es la que viven los sujetos o colectivos del entorno, pero también hay espacio para la denuncia más allá de lo inmediato. En las experiencias de Estados Unidos está muy presente el registro de las víctimas de la política exterior de Estados Unidos (centroamericanos, palestinos, iraquíes). En las experiencias españolas, la situación de los inmigrantes en el país, así como de las condiciones de existencia en países de África o de América Latina. En Venezuela, principalmente en Vive TV, los excluidos presentan y denuncian su condición en su propio contexto por medio de programas como El Noticiero del Sur.

Aunque en cada caso es ejercida una jerarquización y selección de los contenidos desde el interior de las experiencias, la tendencia general consiste en hacer que sean los propios sujetos excluidos los que tomen la palabra para describir su situación. Esta eliminación de la mediación así como el énfasis sobre el conflicto social que subyace a la exclusión son los aspectos donde más destacan las experiencias en el desarrollo de un lenguaje propio de la comunicación alternativa.

Sin embargo, hay otros aspectos de lenguaje y contenidos donde se aprecia menor desarrollo, a saber:

- Hay un predominio de la crítica de la exclusión por sobre la presentación de propuestas de salida o de transformación a esta situación (políticas, filosóficas, sociales, culturales). Donde ambos componentes están más equilibrados es en las experiencias venezolanas, posiblemente por el propio contexto de existencia, donde hay una movilización general de la sociedad hacia la transformación social y los intentos de transformación muestran resultados concretos.

- El enfoque discursivo de la exclusión sigue siendo mayoritariamente solemne y testimonial, lo cual reduce la palabra a un mecanismo para la persuasión en un nivel racional de comprensión, pero limita el uso del componente simbólico – dramático del lenguaje: se echa en falta la presencia de elementos pulsionales, irracionales, lúdicos y frívolos. Esto está relacionado con el tipo de contenidos: en la medida que los contenidos enfatizan la contingencia por sobre la cotidianeidad, predomina un uso del lenguaje para expresar la necesidad o de la urgencia por sobre la dimensión del sentido y sus distintas posibilidades de expresión.

En síntesis, la apropiación del lenguaje televisivo permanece incompleta, en el sentido de que le falta un mayor desarrollo de las formas de enunciación y los saberes narrativo - dramáticos propios del soporte. Hace falta un mayor desarrollo de contenidos que hagan una crítica lúdica de la dominación y en este sentido, falta un lenguaje propio en los géneros de entretenimiento, con especial énfasis en el ámbito del humor y en el de la ficción. En este contexto, los mayores avances se presentan en el caso estadounidense que es donde más se observa el componente dramático y la reapropiación de la cultura de masas; posiblemente, por la mayor tradición de cultura audiovisual mediactivista que coexiste con una cultura de masas de una fuerza y potencia que permea los distintos ámbitos de la vida. En los otros dos países el desafío de desarrollo en este ámbito es mayor.

Con respecto a cómo se expresa este tema de lenguaje y contenidos desde el punto de vista de la tensión entre cultura popular y cultura masiva, se puede decir como tendencia general que las experiencias se posicionan desde la cultura popular -principalmente desde la denuncia de su precariedad material- y no desarrollan ningún tipo de relación de resignificación con lo que podríamos denominar la “cultura de masas oficial”.

Como consecuencia de lo anterior se produce una afirmación de lo popular como denuncia de la precariedad material y/o exclusión, que reduce la experiencia de lo popular a un atributo negativo y no desarrolla mayormente las expresiones afirmativas de sentido que se construyen desde esta posición de subordinación. En la medida que estas expresiones de sentido hacen referencia a la dimensión dramática, irracional o pulsional, su no reconocimiento permitiría entender su ausencia como parte de los contenidos de las experiencias.

Una afirmación más integrada de los elementos de la cultura popular se observa principalmente en el caso de las experiencias venezolanas. En el caso de Vive TV, por ejemplo, destaca la referencia a la cultura culinaria de los sectores populares (como un claro contrapunto a los programas de cocina refinada de los canales tradicionales) en su hábitat natural y reseñada por personas comunes y corrientes que se las ingenian con pocos recursos para crear platos sabrosos y atractivos. Otro elemento interesante son las cápsulas de continuidad con caricaturas animadas de músicos latinoamericanos que representan toda la gama de la música popular del continente, desde representantes del nuevo folclor como Violeta Parra hasta clásicos de la salsa como Ismael Rivera. Personajes populares y de gran calidad artística, pero no exentos de controversia: la primera se suicidó y el segundo estuvo 5 años en la cárcel por un delito de tráfico de drogas.

Posiblemente, esto que se refleja en pantalla, tiene que ver con el hecho de que en Venezuela existe de fondo una reflexión mucho más asentada sobre la importancia de la valorización de los sectores sociales históricamente excluidos y del valor de su acción colectiva, no sólo respecto de sus necesidades materiales, sino también de la cultura simbólica que ellos han construido. Pero a su vez, es posible que esta mayor reflexión esté relacionada con que las experiencias en este país han superado el estado de sobrevivencia y cuentan con una serie de garantías que en otros países no existen. Así, parece que la posibilidad de planificar y proyectarse en el tiempo abre mayores perspectivas de contenidos que la mera urgencia o la permanente amenaza a la cual están sometidas otras experiencias, principalmente Tele K y sobre todo La Tele, en el caso español.

Posiblemente como reacción a la negación o invisibilización de la que son víctimas por parte del sistema de medios, las experiencias de comunicación alternativa, tampoco establecen relaciones de reconocimiento con la cultura de masas oficial ni tampoco con sus medios de comunicación, lo cual puede ser estratégicamente equivocado, desde el punto de vista de la continuidad entre ambos complejos culturales. Más aún, esta falta de reconocimiento podría ser la explicación de las dificultades que tienen las experiencias de comunicación alternativa para resignificar aquellos componentes televisivos como la ficción y el humor, en los cuales están claramente en desventaja.

Emisión – recepción

Desde el punto de vista del acceso a la emisión, las audiencias están movilizadas en todos los casos, porque son las bases creadoras de los contenidos. El encuadre institucional para este acceso a la emisión lo crean en su mayoría las mismas experiencias: no depende de una determinación externa a ella, como criticaban Servaes y Malikhao a la noción de acceso concebida originalmente por la UNESCO. De todos modos, hay ciertos matices entre países.

En el caso de España, el acceso a la emisión tiene más cortapisas previas en el caso de EMARTV, por tratarse de un proyecto que mantiene una dependencia institucional con la estructura municipal andaluza. En las otras dos experiencias el encuadre se lo crean ellas mismas. En el caso de Estados Unidos, el encuadre institucional más amplio de los canales de acceso público (que son los utilizados por las experiencias como soporte) está basado en llevar a su extremo el valor constitucional de la libertad de expresión por lo que no se puede considerar un límite este encuadre exterior. Luego, en términos del trabajo en red en el cual las experiencias construyen sus productos audiovisuales, los límites de acceso están delimitados por ellas mismas. En Venezuela, por último, el encuadre ha sido establecido por el Estado pero a partir de las propias demandas realizadas desde fines de los 90s por las experiencias agrupadas en la Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos (ANMCLA).

En los tres países -y con excepción del caso de La Tele-, existen procesos estandarizados de profesionalización de los emisores dentro de las experiencias. En Estados Unidos, tanto los canales de acceso público como los mismos colectivos audiovisuales tienen cursos de entrenamiento en el uso del audiovisual y temas conexos; en España, tanto Tele K como EMARTV tienen sus propias escuelas de formación. En Venezuela, el reglamento de los medios comunitarios reconoce la figura de los ECPAIs (Equipos Comunitarios de Producción Audiovisual Independiente) y Vive TV ha institucionalizado por su parte la figura organizativa de la Consultoría Social, una especie de comisión representativa de las distintas colectividades que conforman la diversidad de la sociedad venezolana y que establece líneas de trabajo para el canal en términos de temas a cubrir.

Durante la fase de revisión bibliográfica, el tema de la profesionalización de los emisores era uno de los que presentaban mayor desarrollo; esta investigación muestra que en la práctica el

fenómeno no se presenta del modo tan problemático como lo planteaba la reflexión teórica. Seguramente, la profesionalización no se concibe un riesgo por parte de las experiencias precisamente porque está realizado desde dentro de las mismas y no como un componente externo. Sin embargo, lo anterior no elimina los riesgos. Tanto en el caso de Tele K como en el de EMARTV el componente profesionalizante se presenta (al menos en el papel) tan similar al contenido de cualquier curso de formación técnica en elementos audiovisuales, que no queda claro qué lugar ocupa en este proceso educativo el reconocimiento cultural del aprendiz, una de las preocupaciones destacadas de los investigadores analizados en la bibliografía.

Sustentabilidad Social

Diagnóstico y acción

Detrás de cada experiencia hay un diagnóstico político comunicacional. En el caso de España, un rechazo crítico de la profesionalización de las experiencias de comunicación local surgidas con posterioridad a la dictadura, pero también un reconocimiento de la propia incapacidad del tejido asociativo para revertir tanto este proceso como el de fagocitación llevado a cabo por el sistema de comunicación público - gubernamental; en Estados Unidos, una denuncia del mito de los medios privados como un cuarto poder; en Venezuela, la denuncia y transformación del modelo comunicacional dominante hasta antes de la llegada de Hugo Chávez al gobierno, caracterizado por una representación deformada de la diversidad social del país.

La noción de experiencia de Thompson, recogida en el apartado teórico de esta investigación, sirve para destacar la relevancia del contexto histórico como gatillador de la acción colectiva y como primer escalón de la reflexión teórica, que constituye en este caso el diagnóstico. El concepto de experiencia se muestra emparentado con los de diagnóstico y acción: existe una relación de mutua potenciación entre la reflexión crítica y la acción comunicativa transformadora, que constituye el leit motiv de las experiencias.

Así, a pesar de la fuerte carga reivindicativa que presentan las experiencias en un primer acercamiento, al mirarlas desde la noción de experiencia se observa de fondo la relevancia del componente sociocultural como gatillador de la acción. Sobre la base de una experiencia de subordinación económica, social y/o cultural, se produce una reflexión crítica que se expresa en

una praxis contrahegemónica y que acaba expresándose simbólicamente por medio de una propuesta audiovisual que busca revertir desde este soporte -ya sea por los contenidos, por el tipo de emisores, por el tipo de organización- aquella situación de subordinación original.

En la construcción de este diagnóstico, las relaciones entre militantes y gente común, así como entre cultura popular y movimientos sociales están presentes de distinta manera. Hay mucha más militancia abiertamente altermundialista en proyectos como La Tele y las experiencias venezolanas, que en las otras experiencias españolas, posiblemente porque en estas últimas predomina el componente comunitario y por lo tanto la concienciación más global puede ser menor. Con respecto al segundo punto, La Tele o las experiencias estadounidenses están más cerca del lenguaje y las necesidades de los movimientos sociales, mientras que Tele K y las experiencias venezolanas están mucho más cercana al componente popular, dado su origen barrial (Catia TV) o de desarrollo nacional (Vive TV).

Una síntesis de las relaciones planteadas en el párrafo anterior se pueden observar en la siguiente tabla:

CONCEPTOS	Militancia	No militancia
Sectores populares	Catia TV Vive TV	Tele K EMARTV
Movimientos sociales	La Tele	Paper Tiger Deep Dish Freespeech

Organización interna

Siguiendo la oscilación planteada por Downing entre modelo leninista y autoadministrado, se puede señalar como base común de todas las experiencias la valoración de la comunicación participativa, así como la presencia de horizontalidad y democracia interna; sin embargo, ambos componentes sufren variaciones a medida que las experiencias se hacen más grandes, pues aumenta y se complejiza su orgánica interna. Así, en las experiencias más pequeñas como Paper Tiger, Deep Dish, Catia TV o La Tele, el componente asambleario está más presente que en las experiencias más grandes como Freespeech, Vive TV o EMARTV. El cambio de tamaño

implica unos desafíos y unos tiempos para la toma de decisiones que son distintos y que podrían estar incidiendo en estas diferencias.

Sin embargo, lo importante es que incluso en estas experiencias más complejas, cualquier grado de verticalidad se encuentra plenamente legitimado por el resto de los participantes de la experiencia. Lo mismo ocurre con la presencia de liderazgos individuales: están legitimados y contribuyen a fortalecer la organización. El factor que parece más importante en términos de la legitimidad de la orgánica interna -con independencia del tamaño de las experiencias- parece ser el valor atribuido a las bases sociales como aspecto clave dentro de la estructura y su desarrollo cotidiano.

En términos comparativos, La Tele es la que presenta una organización interna más débil. Algunas de las particularidades que presenta la orgánica de esta experiencia son: el seguimiento de la lógica asamblearia más pura, un grupo pequeño en la promoción cotidiana de la experiencia, la ausencia de liderazgos individuales y la ausencia casi completa de planificación más allá del corto plazo. Pero el alcance y los objetivos de esta investigación no permiten establecer cuál es la variable que determina a las demás en esta situación.

Algo en lo cual destacan todas las experiencias es en el trabajo en red con otras experiencias similares. En los tres países, existen asociaciones que promueven a los medios del tercer sector y de las cuales participan la mayoría de las experiencias. Paper Tiger y Deep Dish participan de la New York City Grassroots Media Coalition; Catia TV y Vive TV trabajan en alianza con la Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos; los miembros de La Tele participan activamente en la Red Estatal de Medios Comunitarios.

El matiz ante esta tendencia lo constituyen Tele K y EMARTV, que participan activamente del G9, una asociación que reúne a experiencias de televisión local tanto públicas como privadas del Estado español, pero que son independientes de cualquier grupo de comunicación. Del mismo modo, Tele K participa ocasionalmente de la REMC. Así, el tránsito en términos de soporte tiene consecuencias a nivel organizativo cuando se trata de darle mayor fuerza a las exigencias ante las autoridades competentes en materia de telecomunicaciones. Visto que el único logro que han conseguido las experiencias del G9 para los medios del tercer sector -la posibilidad de concesiones digitales únicamente para experiencias anteriores a 1995- se ponen de manifiesto los pros y los contras de este tránsito para el fortalecimiento del tercer sector

como un todo.

Tecnologías y profesionalización

La formación tecnológica es vista en toda su dimensión estratégica por parte de las experiencias. No tiene un valor particularmente especial, pero tampoco es algo que se deja al azar. Es importante destacar, eso sí, que la profesionalización no constituye un elemento externo a las experiencias, sino que son los propios miembros los que offician como divulgadores. Esto permite zanjar los temores y preguntas que se observaban en los primeros años de reflexión sobre este tema, tales como si el poder lo tenían los profesionales o las comunidades o hasta qué punto existía verdadera coparticipación entre unos y otros.

En este proceso los conocimientos más comunes provienen principalmente del ámbito del periodismo y la producción audiovisual, lo cual genera un cierto estándar básico de conocimientos que permite el intercambio y la comunicación con otras experiencias. Sin embargo, no se ha podido observar en ninguna de las experiencias una reflexión acerca de cómo esta influencia podría estar determinando ciertos enfoques, lenguajes y contenidos, así como obstruyendo el desarrollo de otros (y que podría estar vinculado con la falta de herramientas para expresarse en lenguajes más lúdicos, por ejemplo).

La Tele es la única experiencia donde los conocimientos tecnológicos de sus integrantes no han servido para asegurar la sustentabilidad social. La formación tecnológica de sus miembros (que incluye, por ejemplo, el desarrollo de un programa de software libre para cambiar la programación del canal desde cualquier ordenador conectado al servidor central de emisión) no se condice con los logros del proyecto. Los distintos talleres de formación audiovisual orientados a los miembros de los colectivos sociales que conformaban la experiencia, no tuvieron expresión en la retribución de producciones para el canal, salvo en contados casos. Este fracaso podría estar mostrando que si bien la formación de las comunidades es un factor de la sustentabilidad social, hay otros factores previos relacionados con la organización o con la relación entre diagnóstico y acción que podrían ser jerárquicamente más importantes.

Sustentabilidad institucional

Políticas de comunicación

La historia de las políticas de comunicación existentes difiere notoriamente entre los casos. Aunque en los tres la libertad de expresión y/o el derecho a la comunicación son valores constitucionales, el modo en que estos se desarrollan en el ámbito de la televisión varía.

En España, el sector público estatal fue cediendo poco a poco parte de su poder durante los 80s permitiendo la existencia de canales autonómicos y privados. Pero los intentos durante los 90s de ordenar el mapa de la televisión local (que siempre fue por delante de la legislación), fue infructuoso porque a pesar de la aprobación de una ley de televisión local en 1995, esta nunca se implementó debido a que los gobiernos posteriores no elaboraron (sino hasta 10 años después!) los planes técnicos necesarios para hacerla efectiva. Esto provocó que el sector local - originalmente vinculado a proyectos de comunicación comunitaria- fuera llenándose de proyectos de comunicación privada y comercial y ya a fines de la década la falta de apoyo público convirtió el espectro local en una selva donde por la vía de la profesionalización y/o de la dependencia municipal, fueron sobreviviendo los más fuertes y no necesariamente los mejores.

En Estados Unidos, los logros adquiridos entre fines de los 60s y principios de los 70s, comenzaron un proceso en reverso a partir de la administración Reagan, los cuales han llegado a niveles alarmantes durante las dos últimas administraciones de Bush. Las políticas que se han implementado han significado tanto un debilitamiento del ya pequeño sector público y una disminución de garantías institucionales para los canales de acceso, mientras que por el contrario han generado condiciones favorables a la mayor concentración de la propiedad privada en el ámbito de los canales locales. Todo lo anterior ha redundado en un fortalecimiento sin contrapeso del sector privado de la comunicación. Las políticas desarrolladas durante los últimos 8 años son graves y aún no es posible apreciar el alcance de sus consecuencias para una democracia comunicativa (como por ejemplo, el cuestionamiento del servicio público y la venta del espectro radioeléctrico a proyectos privados).

En el caso de Venezuela, lo que se aprecia es un proceso completamente diferente durante el período de gobierno de Hugo Chávez. Desde 1999 en adelante, Venezuela experimenta un

proceso de ordenamiento y regulación del sistema televisivo en general, orientado a fortalecer su componente de servicio público tanto en el ámbito público y privado como en el social-comunitario, desarrollando lineamientos para regular la presencia de contenidos violentos, no aptos para menores, cantidad y tipo de publicidad en determinados horarios, etc., incentivando además el consumo televisivo activo y crítico. Pero además de lo anterior, podría decirse que la principal diferencia con los otros dos casos es que aquí el respeto por la libertad de expresión está asentado en un proyecto constitucional de democracia participativa (y no representativa), lo cual tiene como consecuencia que aquí el derecho a la comunicación se respeta para todos y no sólo para las élites tanto del sector privado como de la burocracia estatal. Esto explica el fuerte desarrollo del sector social-comunitario de la comunicación y también permite entender decisiones como la no -renovación de la concesión hertziana para RCTV por considerar a esta empresa como irresponsable respecto del uso de un bien público y reutilizar la misma señal para un canal de carácter social (TVes). Estas decisiones de políticas son resultado del impulso de las bases, pero también porque el gobierno las ha considerado como legítimas y coherentes con su proyecto político.

Lo relevante de todo este análisis es notar la responsabilidad de los Estados (organismos reguladores, por ejemplo) y de sus gobiernos (gobierno estatal, parlamentos; gobiernos autonómicos y también autoridades de la Unión Europea, en el caso de España) en el contexto comunicacional final que rodea a las experiencias analizadas. Contrariamente al discurso posmoderno que habla de la pérdida de centralidad de los Estados como instituciones sociales y al discurso crítico que destaca el poder transnacional del sector privado de la comunicación, lo que se puede observar en esta investigación es la responsabilidad última de los estados y de sus organismos políticos en el resultado observado a nivel global. Las empresas privadas de comunicación siempre están ancladas a un engranaje jurídico de tipo estatal y cuando se mueven a otro país, deben lidiar con él también. Asimismo, el carácter y fortaleza del sistema público depende siempre del enfoque más o menos partidista, más o menos liberal de los gobiernos. Es por eso que para observar el carácter estratégico de las políticas de comunicación en el proceso global de concentración y privatización de la comunicación, no se puede abandonar esa institución tan propia de la modernidad como es el Estado. Y quizás lo más importante de este hallazgo es que abre pistas sobre donde hay que apuntar para revertir el proceso de privatización y concentración.

Institucionalidad para los medios del tercer sector

Los matices en las líneas generales de las políticas de comunicación entre los casos, se expresan a su vez en el tipo de institucionalidad existente en cada país para los medios del tercer sector de la comunicación.

A grandes rasgos, podría decirse que esta institucionalidad es **mínima** en España (si bien con matices producto de las diferencias entre realidades autonómicas), **media** en Estados Unidos y **alta** en Venezuela. Tanto en Estados Unidos como en Venezuela, la institucionalidad desarrollada desde los Estados ha sido una contribución a la democracia deliberativa.

En España, la Ley General Audiovisual que originalmente iba a reconocer a los medios de comunicación con una orientación comunitaria, sigue sin ser aprobada después de 4 años. El reconocimiento que ha permitido la Ley de Impulso de la Sociedad de la Información (LISI) constituyó apenas un balón de oxígeno, dos semanas antes de que se cumpliera el plazo para el apagón analógico de la televisión local; un reconocimiento que entre otras cosas prohíbe expresamente la publicidad y no hace ningún tipo de especificación sobre la cobertura que tendrán las licencias otorgadas a aquellas experiencias -sólo anteriores a 1995- que han logrado ser protegidas de desaparecer gracias a esta ley. En una situación similar queda el tercer sector en Cataluña, luego de la aprobación de la ley audiovisual autonómica. Con respecto al tema de la cobertura, valga sólo como un ejercicio comparativo, señalar que las leyes relativas a comunicación local de este país no prohíben a los canales de cable privados la emisión en cadena.

Cabe como una explicación a esta institucionalidad mínima la fuerza que tiene el sistema público de televisión en este país, tanto en el ámbito estatal como autonómico y local. Retomando lo señalado por Bourdon sobre el rol que juegan los medios públicos en la generación de la identidad, a la luz de la diversidad cultural existente en este país y ya reconocida por toda la jurisdicción autonómica, se podría plantear que el desarrollo de los medios públicos gubernamentales (tanto estatales, como autonómicos y municipales) constituye una estrategia geopolítica para que la diversidad cultural interna pueda expresarse de una manera que no deje de estar controlada desde el Estado; o sea, desde el núcleo que aspira a integrar esta diversidad. Por contraste, la televisión alternativa o del TSC representaría una forma “no – controlable” de expresión de esta diversidad, de allí la falta de interés por su

promoción.

En Estados Unidos, las actuales condiciones provienen básicamente de logros alcanzados hace décadas atrás y que han ido recortándose con el tiempo. En su momento, estos logros tuvieron una profunda significancia para la sociedad civil que había luchado por ellos. Sin embargo, con todas las restricciones y dificultades que se les han ido incorporando a través de los años, las posibilidades actuales de continuidad de estas condiciones de sustentabilidad se deben básicamente a la actitud de defensa permanente por parte de la sociedad civil organizada que reclama una actitud más ecuánime al gobierno, al parlamento y a la FCC respecto de la protección de sus intereses como tercer sector. Lo interesante en el caso de Estados Unidos es que la institucionalidad que ha permitido el desarrollo de un tercer sector nunca estuvo pensada explícitamente para ello, sino más bien como una extensión al soporte audiovisual del derecho individual a la libertad de expresión irrestricta; pero está estructurada de tal manera -incluyendo una institucionalidad privada vinculada al arte o recursos públicos para la producción audiovisual- que ha generado condiciones para que los individuos puedan organizarse y hacer un uso colectivo de esas condiciones. De allí que el caso de Estados Unidos sea concebido como de institucionalidad media: existe un entramado que favorece a los medios del TSC, pero no está concebida explícitamente para ello. Son condiciones externas o generales suficientemente flexibles para ser utilizadas desde esta perspectiva.

En Venezuela, la Ley Orgánica de Telecomunicaciones otorga reconocimiento legal a los medios comunitarios. Asimismo, existe una reglamentación propia para estos medios de comunicación, que incluye los distintos pasos que estos deben realizar para obtener una concesión y que incluyen su constitución como fundaciones comunitarias (o sea, de propiedad social), la presentación de un proyecto de desarrollo comunitario, estrategias de financiamiento y otra serie de requisitos. Este reglamento, aprobado en 2002, se hizo en conjunto con representantes de estos medios, aunados en la ANMCLA. O sea, que contaron con la legitimidad de la mayoría de los medios del tercer sector existentes en el país en ese momento. Pero aún así, con el tiempo, el reglamento se ha rebelado incompleto o insuficiente para satisfacer las demandas y para ajustarse a la realidad de estos medios, de allí que estos reclamen su revisión y su reformulación.

¿Se puede equiparar el papel estratégico - aglutinador de los medios públicos en España con el que juegan los medios comunitarios en Venezuela? Superficialmente, podría decirse que sí, pero

al analizar más concretamente las experiencias, se observa que en el caso venezolano, las comunidades (con los diferentes niveles de simpatía y/o cercanía hacia el gobierno) tienen un control mayoritario sobre la emisión, ya que por ley los equipos de gestión y administración de los medios comunitarios (que pudiera eventualmente ser proclive al gobierno) no pueden emitir por decisión propia más del 30% del total de los contenidos.

Por último, podría señalarse que:

- En los tres casos, el acto de visibilización y establecimiento de demandas ante las instituciones estatales y gubernamentales ha sido una ganancia más que una pérdida. Pero en estas ganancias el mérito de la invisibilización y el alcance que tienen las posibilidades legales están fuertemente relacionadas con la preparación y organización con la cual las experiencias se plantean en este diálogo, de allí la importancia por un lado de la formación y el conocimiento y por otro lado del trabajo colectivo y conjunto con otros medios del tercer sector.
- La mayor institucionalidad del caso venezolano parece estar basada en una nueva concepción de lo público, que no se agota en la vertiente gubernamental de este, sino que concibe el espectro radioeléctrico como un servicio público y un bien común, que requiere de un compromiso de buen uso de parte de todos los sectores interesados en él. Mientras en este proceso el Estado se presenta como garante, la ofensiva que llevan adelante los medios privados contra todo el proceso de transformación política y cultural de Venezuela, muestran el poder que este sector aún mantiene y las dificultades con las que se enfrentan los gobiernos que intentan plantear una nueva noción de servicio público que no se agote en la comunicación realizada desde medios administrados y gestionados desde el ámbito privado o el público gubernamental que pretenden agotar en sí mismos todas las expresiones de comunicación colectiva dentro de las fronteras estatales.

Digitalización

En los países donde ya se está implementado -España y Estados Unidos- las promesas de democratización y diversidad inscritas en la digitalización no se han traducido en beneficios ni oportunidades de desarrollo o fortalecimiento para los medios del tercer sector.

En España, después de un proceso que ha durado casi 10 años -y con un primer intento fracasado de digitalización-, el único logro del tercer sector de la comunicación ha sido el reconocimiento de última hora (diciembre, 2007) del derecho de las experiencias comunitarias previas a 1995 a acceder a una señal en digital (como opción marginal respecto de las licencias para los otros dos sectores). Pero no se observa ningún lineamiento de políticas orientado, por ejemplo, a desarrollar o fortalecer experiencias de este tipo en el contexto de aumentar la democracia comunicativa o la expresión de la diversidad social.

En Estados Unidos, aunque originalmente la digitalización no afectó directamente a los canales de acceso público -el principal medio de transporte de las experiencias-, pues estos se encuentran amparados por la ley del *must carry* que afecta a la televisión por cable, existen desarrollos legales posteriores, como la Barton Cope Act que desde la regulación de la convergencia pueden generar cortapisas al soporte del acceso público. Al intentar equiparar el servicio de cable con el servicio telefónico, lo que están posibilitando es incapacitar a los ayuntamientos para negociar directamente con las operadoras de cable las condiciones para asegurar la sustentabilidad tecnológica y financiera de los canales de acceso.

En Venezuela, aún no se implementa un estándar, pero el proceso de definición del mismo se presenta bastante más participativo que en los otros dos casos, ya que han sido escuchadas en igualdad de condiciones las demandas de todos los sectores sociales y todos ellos han sido invitados a conocer las ventajas y desventajas de los distintos estándares. El alto desarrollo institucional para los medios del tercer sector en este país sin necesidad de esperar para ello a las promesas de la digitalización, muestra que el interés político por la democracia comunicativa no requiere de la implementación de nuevas tecnologías para hacerse efectiva. Lo que importa, de verdad, es si existe o no voluntad política para ello.

En síntesis, la digitalización se está presentando más bien como un ejemplo de desarrollo tecnológico que sólo ha beneficiado a los sectores de la comunicación que ya tenían previamente más poder: los medios gubernamentales y los medios privados. Algunas posibles razones de esta situación son:

- Falta de formación y preparación de las experiencias del tercer sector en los temas tecnológicos más complejos (capacidad del espectro versus espectro liberado por los organismos reguladores, por ej.)

- Falta de transparencia de los gobiernos respecto a cómo se han tomado las decisiones sobre planes técnicos.
- Falta de reconocimiento de los medios del tercer sector como un interlocutor válido por parte de las autoridades.

Sustentabilidad financiera

Estrategias de financiamiento

Las experiencias presentan distintas necesidades financieras y también cuentan con recursos financieros disímiles. Eso sí, todas recurren a diversas fuentes de financiamiento y a distintas combinaciones entre recursos provenientes de fondos públicos y recursos provenientes de fondos privados.

Las diferencias en las formas de financiamiento defieren según cada caso y también según la orientación más específica que tiene cada medio.

En el caso de España, por tratarse de experiencias tan disímiles entre sí, las formas de financiamiento presentan mayores diferencias entre una experiencia y otra. EMARTV es una experiencia que integra un pequeño porcentaje de recursos provenientes de las cuotas de los municipios socios con una serie de recursos -mucho más importantes en el total- que provienen de sus propias búsquedas de financiamiento público o privado (concursos, subvenciones, recursos provenientes de fondos para el desarrollo). Una parte de los recursos totales están orientados al financiamiento del equipo de trabajo estable del proyecto y que consiste de unas 35 personas. No existe la idea de voluntariado, ya que todo el trabajo de gestión es remunerado y la participación en la emisión por parte de las comunidades no se concibe desde esta perspectiva. Tele K tienen una estructura de financiamiento similar (contribuciones de las asociaciones junto con recursos provenientes de proyectos concursables o fondos de desarrollo), pero además se apoya en el trabajo de la productora que funciona con recursos humanos capacitados por su propia escuela audiovisual como otra manera de acceder a recursos. Esta idea de contar con una productora que brinde servicios y que una parte de sus recursos sean devueltos al proyecto de televisión es interesante y novedosa, pues muestra la posibilidad de que los proyectos de comunicación alternativa puedan gestionar recursos creados por ellas

mismas y no sólo acceder a recursos externos. Aquí el trabajo voluntario está más presente como parte de los recursos humanos, ya que la mayoría del trabajo relacionado con la gestión y continuidad de la experiencia tiene este carácter. En el caso de La Tele, originalmente había una base económica proveniente de la cuota anual exigida a cada colectivo asociado, la cual variaba según el tamaño de los mismos. Como esta asamblea ampliada se ha ido diluyendo en el tiempo, esos recursos se fueron haciendo menos estables también. De manera complementaria, durante estos años se han ido consiguiendo recursos de manera intermitente por medio de la obtención de subvenciones. Los recursos financieros se han invertido principalmente en recursos técnicos. Ocasionalmente se han utilizado para pagar a una o dos personas para hacerse cargo por períodos breves de temas de gestión.

En el caso de Estados Unidos, lo que predomina es el financiamiento por medio del acceso a los recursos de fundaciones promotoras del arte y/o del audiovisual, las cuales pueden ser tanto públicas como privadas. Asimismo, las experiencias utilizan los recursos tecnológicos y formativos con los que cuentan los canales de acceso público y que provienen de las obligaciones que tienen las proveedoras de cable con los ayuntamientos; en el caso de Freespeech TV, hay un acceso tecnológico gratuito al soporte satelital, también por ley. Pero además en este caso, un importante ingreso de recursos proviene de la venta para el consumo privado de las producciones audiovisuales y del merchandising asociado a ellas (camisetas, gorros, tazas), cuestión que sólo se entiende teniendo en cuenta las particularidades de la sociedad de consumo en este país y que difícilmente podrían tener una relevancia similar en otro país.

En el caso de Venezuela, los recursos provienen de distintas fuentes, aunque se trata mayoritariamente de recursos públicos, ya sea por medio del auspicio o de la publicidad institucional (campañas sociales, etc). Un factor de financiamiento que destaca en este caso es la autorización de publicidad de empresas o proyectos económicos de las comunidades en las cuales se insertan las experiencias comunitarias, como una manera de promover el denominado desarrollo endógeno que forma parte de los lineamientos políticos del proyecto bolivariano.

Conclusiones y recomendaciones

A. Conclusiones

Las experiencias revisadas rompen por la fuerza de los hechos la imagen ideal, deformada y homogénea de la esfera pública. Ellas no sólo realizan un ejercicio de democratización de la comunicación a través del quehacer cotidiano que convierte en acción su diagnóstico: con su sola presencia muestran tanto la existencia de experiencias que están pujando subterráneamente por cambiar la relación de fuerzas en el sistema comunicativo como los límites a su democratización real impuestos por los medios privado comerciales y el sector público gubernamental. Los contenidos en los cuales se focalizan las experiencias analizadas constituyen otro indicador del aporte que estas realizan a la democratización tanto de la comunicación como de la sociedad. En ellos hay una presentación de la diversidad social, pero también del discurso, de la experiencia y de la cultura simbólica de los excluidos o perdedores de la globalización neoliberal y que están ausentes de los medios de comunicación que representan precisamente al discurso de los sectores ganadores de la globalización imperante. En este sentido, también hacen un aporte a la visibilización del conflicto social en la esfera pública desde una perspectiva que escapa al enfoque criminalizador que caracteriza el acercamiento de los medios tradicionales a este fenómeno.

El concepto de tercer sector de la comunicación es pertinente, útil y estratégico para comprender las experiencias de televisión alternativa; sin embargo, el resultado de la investigación aplicada exige plantear algunas matices al tipo ideal construido previamente, sobre todo respecto de la distinción entre titularidad y gestión. Hay experiencias de comunicación que se conciben a sí mismas o son percibidas dentro de la esfera pública como experiencias alternativas, a pesar de que utilizan como soporte a los medios privados (los canales de cable de acceso público, en Estados Unidos) o los medios públicos gubernamentales (los canales de televisión municipales, en Andalucía – España). Una experiencia de TSC puede operar en un soporte de titularidad pública gubernamental o privada, toda vez que haga un uso social de estos, sin dejar de ser una experiencia del tercer sector. Sin embargo, el matiz radica en que este tipo de experiencias no contribuyen al trabajo en red y por lo tanto tampoco al fortalecimiento de la especificidad de un TSC. La investigación aplicada sugiere que esta estrategia de asimilación de las experiencias es más negativa para el fortalecimiento de un TSC a nivel estatal en el caso de que ellas se vinculen a los medios

públicos gubernamentales antes que a los medios privados comerciales (en Estados Unidos a partir del soporte del acceso público se ha podido llegar a la creación de un canal propio de contenidos progresistas via satélite). Esto es así, precisamente, porque la afirmación del TSC pasa por la afirmación de una nueva concepción de servicio público. Asimismo, el fortalecimiento del sector implícito en proyectos de trabajo en red como la REMC en España, la NYGMN en Nueva York o la ANMCLA en Venezuela muestran la importancia y los avances que posibilita el trabajo con otras experiencias del TSC.

No hay lenguaje para las diversas expresiones del deseo desde una perspectiva contrahegemónica, con lo necesario que resulta acercarse a esta temática desde una perspectiva que la exhale más allá de la lógica del consumo con la cual es abordada por la perspectiva neoliberal. En primer lugar, se echa en falta una mayor presencia de contenidos relacionados con elementos lúdicos y con aquellos elementos “reprimidos” (según la tipología de Sunkel) que están presentes en el imaginario popular. Sin duda, esta ausencia está vinculada a la comprensión predominantemente solemne de la contrahegemonía, pero el problema de la solemnidad es que reduce la expresión política de la cultura popular sólo a las dimensiones “serias” de la exclusión y pone el acento en la exclusión sólo como “ausencia de”, dejando de lado las experiencias afirmativas de sentido más lúdicas que también son posibles de constituir desde esta posición de subordinación.

Faltan estrategias de reapropiación y de resignificación de los contenidos de la cultura de masas oficial por parte de las experiencias analizadas. Esto explicaría, por ejemplo, la deuda con la ficción que atraviesa a todas las experiencias. Hace falta una reflexión y una producción audiovisual que trabaje más a fondo desde una perspectiva contrahegemónica la tensión entre integración y resistencia con la cual los sectores populares se acercan a la cultura de masas oficial. Desarrollar un trabajo en esta línea permitiría interpelar a un público mucho mayor desde el tipo de contenidos abordados.

El principal insumo para la conformación de la fortaleza interna de las experiencias radica en la coherencia entre diagnóstico y acción cotidiana, incluyendo aquí la organización interna, la apertura a la comunidad y a los movimientos sociales, así como la coherencia de lo anterior con los contenidos emitidos. Es el factor clave para asegurar su continuidad en el tiempo incluso por sobre la titularidad -gubernamental o comercial- de los canales de televisión que utilizan las experiencias para su emisión. Es algo que también puede

comprobarse en las experiencias donde el contexto institucional es más hostil, ya que la única manera de seguir existiendo ha sido el propio impulso interno, que a su vez se nutre de la base social (geográfica o de intereses) que le rodea. La sustentabilidad estrictamente social debe predominar por sobre el componente político más contingente que las experiencias puedan tener; de otro modo, las experiencias corren el riesgo de convertirse en meras herramientas comunicativas de determinados proyectos partidistas. Por último, la planificación a mediano y largo plazo no es excluyente de la pertenencia a un TSC; por el contrario, contribuye a su fortalecimiento por medio de la proyección en el tiempo de su accionar.

La existencia de políticas de comunicación constituye el factor más importante para el establecimiento (o no) del TSC como un espacio diferenciado de comunicación. La visibilización de las experiencias ante el Estado como un sector diferenciado con unas necesidades y demandas específicas ha sido beneficiosa en términos generales. Las diferencias entre los casos muestran que la construcción histórica de los Estados es un factor clave para explicar la actitud que ellos tengan ante la institucionalidad de un TSC, así como muestran el tipo de estrategias posibles que pueden seguir los Estados respecto del sistema general de medios y las presiones sociales ante las cuales están más dispuestos a ceder (sociales o privadas). Sólo en la medida que los Estados puedan reconocer el aporte democrático inscrito en el apoyo al fortalecimiento institucional de un TSC, podrán verlo como aliado estratégico. Y si esto implica transformar los Estados, queda todavía más clara la relevancia social que puede tener las experiencias del TSC como agente activo de este proceso. Pero incluso en el caso de mayor institucionalización (Venezuela), ésta no exime la crítica de parte de las experiencias y la necesidad permanente de readecuación y perfectibilidad de las posibilidades desarrolladas, lo cual denota asimismo el carácter altamente dinámico del TSC.

La digitalización muestra cómo las nuevas tecnologías no traen por sí solas la democratización del espectro e incluso están contribuyendo a su menoscabo. Los casos muestran que si existe una institucionalidad del TSC previa a la implementación de la digitalización existen más posibilidades de que esta transición sea menos traumática (como está ocurriendo en Venezuela y Estados Unidos) pero si antes de la transición no hay una institucionalidad o esta es muy precaria, después es difícil que la situación del TSC como un todo pueda mejorar (que es lo que está ocurriendo en el caso de España), a no ser que el tercer sector adopte una estrategia urgente de fortalecimiento para ser reconocido como un interlocutor válido del proceso.

La proximidad es sólo uno de los componentes de un TSC. Lo comunitario -como uno de los componentes del TSC- no se agota en lo local. Y restringir el alcance de las experiencias del TSC a este espacio es restringir su potencial. Las experiencias están mostrando una estrategia interesante de rentabilidad de los recursos por medio del uso de tecnologías de apoyo (principalmente internet y el satélite) que permiten aumentar tanto el rango de recepción como de emisión sin generar mayores costos. El uso de tecnologías conexas como soporte de apoyo les está permitiendo aumentar el trabajo en red con otras experiencias (contribuyendo así a la consolidación de un TSC diferenciado) y también para intercambiar contenidos generados por comunidades o colectivos situados en distintos puntos geográficos pero que comparten intereses contrahegemónicos y transformativos. Si bien esta estrategia emparenta de alguna manera a las experiencias con la emisión en cadena que hacen las cadenas privadas, el plus de las primeras es que en primer lugar este apoyo tecnológico se hace para diversificar los contenidos en vez de homogeneizarlos; y en segundo lugar, este trabajo en red se realiza de manera colaborativa y no como la imposición de un determinado grupo privado de comunicación.

Retomando las proposiciones de trabajo sobre los factores claves de la sustentabilidad del TSC con las cuales se inició la investigación, podría decirse a modo de síntesis final que la relevancia de ellas como factores explicativos de la sustentabilidad de las experiencias se presentan del siguiente modo:

Tabla resumen de factores claves de la sustentabilidad según casos:

Claves de la sustentabilidad	España			Estados Unidos			Venezuela	
	EMARTV	La Tele	Tele K	PPTV	DDTV	FSTV	Catía TV	Vive TV
Sociedad civil	Baja	Baja	Media	Media	Media	Media	Alta	Alta
Políticas de Comunicación	Baja	Baja	Baja	Media	Media	Media	Alta	Alta
Dialéctica popular - masiva	Baja	Baja	Baja	Media	Media	Media	Media	Media
Organización interna	Alta	Baja	Media	Media	Alta	Alta	Alta	Alta

La tabla permite apreciar una tendencia general a nivel de países que se corresponde con los niveles de institucionalidad, aunque con ciertos matices. En el caso de España, tanto EMARTV como Tele K presentan un mayor desarrollo en ciertos factores. Lo mismo ocurre en el caso de DDTV en comparación con las otras dos experiencias del caso estadounidense. En un sentido contrario se manifiestan las experiencias venezolanas, donde sobre un predominio de alta sustentabilidad se observa un menor desarrollo comparativo del factor relacionado con lenguaje y contenidos (si bien este factor no es alto en ningún caso).

En términos de estrategias a desarrollar, las experiencias españolas tienen una tarea más grande por hacer, ya que junto al mayor fortalecimiento interno (sustentabilidad social) tienen mucho trabajo por delante en el ámbito de las políticas de comunicación tanto generales como aquellas relacionadas con la institucionalidad propia. En términos de fortalecimiento del sector, deberían procurar realizar un trabajo más coordinado y orientado al desarrollo de su especificidad, por sobre otro tipo de alianzas estratégicas ya sea con experiencias públicas de tipo gubernamental como privadas.

Las experiencias estadounidenses deberían seguir la senda de la Campaña por la Reforma de los Medios, en el sentido de conformar un movimiento social independiente con la fuerza y visibilidad suficiente para parar el huracán neoliberal que está acabando con los logros alcanzados por esta misma sociedad civil organizada décadas atrás.

Por último, las experiencias venezolanas han de mantenerse alertas al posible riesgo de cooptación y gobiernización, al mismo tiempo que han de mantener una actitud crítica activa hacia las falencias del modelo de comunicación que se intenta implantar en su país, aun cuando los esté beneficiando. En el contexto histórico actual, las posibilidades de realización de la democracia comunicativa a nivel global están pasando, en gran medida, por los límites y posibilidades que está brindando el caso venezolano.

Como última conclusión, agregaría que la investigación de las experiencias alternativas de comunicación es un campo que ha permanecido en estado de semi – abandono desde los 90s. Los principales desarrollos de esta década han ido más bien por el lado de los avances de internet y las posibilidades que está brindando a la democratización de la comunicación; sin

embargo, estas investigaciones no plantean soluciones de continuidad con la televisión, aún cuando las promesas democráticas del soporte televisivo siguen incumplidas.

La presente investigación ha querido volver a problematizar la televisión desde el punto de vista de las alternativas de comunicación, por considerar que esta sigue siendo un soporte estratégico (incluso considerando todos los nuevos desarrollos tecnológicos en el ámbito de la información y comunicación) para entender hacia adónde va la sociedad, no sólo por sus contenidos, sino también por las disputas de poder en torno a ella.

B. Recomendaciones para el fortalecimiento interno de las experiencias de televisión alternativa y del TSC

Visibilización

- Desarrollar acciones que apunten a la visibilización más allá del propio TSC.
- En el caso que exista relación con proyectos u organizaciones políticas, mantener estrategias de coordinación explícitas y delimitadas.

Lenguaje y contenidos

- No perder de vista que el principal público del sistema oficial de medios es el mismo público potencial del TSC. Pero para desmontar a ese sistema oficial antes hay que (re)conocerlo.
- Observar activamente a los medios masivos: interpelar su lenguaje tanto para problematizar sus métodos, sus formas y sus contenidos como para crear nuevas formas de representación audiovisual.
- Sacar un mayor partido a las expresiones menos solemnes de contrahegemonía
- Trabajar el tema de la matriz simbólico – dramática desde un enfoque propio/crítico orientado a evidenciar el conflicto.
- Explorar personajes morales ambiguos (lo popular – reprimido) y el humor desde una perspectiva crítico – transformadora
- Valorar positivamente las construcciones de sentido realizadas desde la precariedad (exclusión/subordinación)
- Valorar positivamente el capital sociocultural de los aprendices y sus construcciones de sentido

Sustentabilidad social

- Desarrollar el trabajo en red con otras experiencias del TSC, primero en el entorno inmediato y luego en el entorno estatal e internacional para reforzar la especificidad del sector.
- Sociabilizar hacia el entorno social (comunidades barriales, comunidades de interés, colectivos, movimientos sociales) el diagnóstico político comunicacional que guía el accionar y alimentar este diagnóstico con las nuevas perspectivas provenientes de entorno
- Que el diagnóstico (social, político, comunicacional) que guía la acción, se expresa en las distintas tareas y actividades cotidianas.
- Establecer mecanismos estables de organización que aseguren la democracia interna y la legitimidad de los puestos que concentran mayor poder
- Propiciar el intercambio de tareas y cargos dentro de la organización
- Desarrollar estrategias de profesionalización de los participantes a través de los propios miembros de las experiencias.

Sustentabilidad institucional

- Sistematizar información existente a nivel internacional sobre buenas prácticas para el TSC (investigaciones, experiencias de políticas) que pudieran servir como base para fortalecer las capacidades del TSC en su apertura y espacios de diálogo con el Estado.
- Aprovechar el período previo a la instalación de la digitalización para fortalecerse, informarse, prepararse y hacer propuestas
- Exigir transparencia en la información técnica brindada por las autoridades correspondientes
- Exigir interlocución en las decisiones de políticas que afecten al sector

- Exigir licencias 3G (móviles de tercera generación con acceso a voz, datos e imágenes) para su uso desde una perspectiva social y no sólo comercial

Alcance, financiamiento y distribución

- Exigir límites de cobertura en los planes técnicos que sean compatibles con el trabajo en red con otras experiencias del tercer sector.
- Mantenerse atentos a los desarrollos tecnológicos y el modo en el que pueden servir para aumentar el alcance y la emisión

Sustentabilidad económica

- Establecer sistemas estandarizados de funcionamiento para los recursos humanos provenientes del voluntariado y el trabajo no – remunerado.

C. Recomendaciones para el desarrollo de políticas de comunicación que fortalezcan de las experiencias del tercer sector de la comunicación

- Como recomendación general, establecer un marco de mínimos de pluralismo y protección de grupos sociales vulnerables que sean exigibles a todos los sectores del sistema de medios en igualdad de condiciones
- Otra recomendación general sería la exigencia de informes públicos del estado financiero de todo el sistema de medios y sus distintos actores. Un ordenamiento general de las cuentas del sistema de medios.

Sustentabilidad social

- Permitir diversas posibilidades organizativas de carácter social y no lucrativo para los medios del tercer sector (federaciones, fundaciones comunitarias y otras)
- Reglamentar el trabajo en red de las experiencias del TSC por medio del uso como soporte de apoyo de otras tecnologías de manera que contribuya a incrementar la sustentabilidad social de las experiencias (aumentar tanto el alcance de la recepción como de la emisión)

Sustentabilidad institucional

- Reconocimiento jurídico de los medios del tercer sector de la comunicación como un sector diferenciado de comunicación.
- Sistematizar información existente a nivel internacional sobre buenas prácticas para el TSC (investigaciones, experiencias de políticas) que pueda ser utilizada como base para el desarrollo legislativo.
- Facilitar las condiciones para que exista un equilibrio entre exigencias y posibilidades para todos los sectores de comunicación
- Transparencia en la elaboración de los planes técnicos

- Desarrollar un plan técnico que apunte a reforzar la especificidad del TSC guardando licencias exclusivas para medios de titularidad pública y gestión social
- Impulsar un desarrollo legislativo que facilite el acceso de las experiencias del TSC a las nuevas tecnologías (satélites, servidores web, teléfonos móviles de tercera generación)
- Establecer interlocución con las experiencias del TSC para el desarrollo legislativo del sector

Sustentabilidad financiera

- Propiciar fuentes diversas de financiamiento tanto públicas como privadas, con especial énfasis en los recursos provenientes del tercer sector económico y de campañas públicas de sensibilización
- Desarrollar fondos concursables basados en impuesto o retención de una parte de sus beneficios al uso comercial del espectro.
- Establecer porcentajes máximos y mínimos de contribución de las diversas fuentes potenciales de recursos económicos, para evitar riesgos de cooptación o deslegitimación.
- Distinguir entre los distintos tipos de recursos necesarios (operacionales, organizacionales, logísticos) y establecer los niveles mínimos necesarios que requiere una experiencia para funcionar.
- Desarrollar un reglamento para el financiamiento de las experiencias que permita su estabilidad en el tiempo.

Bibliografía por capítulos

Introducción

Bennet, L. (2002): “La globalización, la desregulación de los mercados de los medios de comunicación y el futuro de la información pública”, en: J. Vidal-Beneyto (ed.): *La Ventana Global*. Madrid: Taurus. Pgs. 249 – 260.

Brieger, P. (2002): “De la década perdida a la década del mito neoliberal”, en: J. Gambina (ed.): *La globalización económico-financiera. Su impacto en América Latina*. Buenos Aires: Clacso.

Costa, P.O. (1986): *La crisis de la televisión pública*, Barcelona: Paidós.

Downing, J. (2001a): *Radical Media: rebellious communication and social movements*. California: Thousand Oaks.

Mcchesney, R. (2002): “Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado”, en: J. Vidal-Beneyto (ed.): *La Ventana Global*. Madrid: Taurus. Pgs. 233 – 247.

Fuenzalida, V. (1983): *Transformaciones en la estructura de la TV chilena*. Santiago de Chile: CÉNECA.

Martín – Barbero, J.M. (2003): *Oficio de cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: FCE.

Quirós, F. y Sierra, F. (eds) (2001): *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones.

Rodríguez, C. (2001): *Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media*. Cresskill: Hampton Press.

Urretavizcaya, M. (2002): “Internet versus Televisión: encuentros y desencuentros en el camino de la convergencia”, en *Mundaíz* n° 63. Pgs. 47 – 62.

Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (2004): *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Continente.

Capítulo 1

Atkinson, P. y Hammersley, D. (1994): *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós.

Hallin, D. y Mancini, P. (2008): *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer.

Jérez, A. (ed.) (1998): *Trabajo voluntario o participación? Elementos para una sociología del tercer sector*. Madrid: Tecnos.

King, G., Keohane, R.O. y Verba, S. (2000): *El diseño de la Investigación Social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Madrid: Alianza.

Yin, R.K. (1994): *Case study research : design and methods* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.

Capítulo 2

Albert, M. (2000): “¿Qué es lo que define a los medios alternativos?”, en *Z Magazine* mayo, 2005. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.zmag.org/Spanish/0005alte.htm>

Atton, Ch. (2002): *Alternative Media*. London: Sage.

Bourdon, J. (2004): “Is television a global medium? A historical view”, en T. G. Oren y P. Petro (eds.): *Global Currents: media and technology now*. New Jersey: Rutgers. Pgs. 93 – 112

Boyle, D. (2000): “Un epílogo para la Guerrilla TV”, en *Acción Paralela*, nº 5. Accesado el 19 de mayo de 2008. URL: <http://www.accpar.org/numero5/guerrilla.htm>

Burch, S. (2003): *El reto de articular una agenda social en comunicación*. Conferencia del III Foro Social Mundial en Porto Alegre. Accesado el 20 de abril de 2008. URL:

http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=1498

Capriles, O. (1980): “¿Política de comunicación o comunicación alternativa? ”. *Revista Ininco* . Vol 1 - N 1. Tercer trimestre, 1980. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://www.revele.com.ve//pdf/revista_ininco/vol1-n1/pag52.pdf

Downing, J. (1984): *Radical media: the political experience of alternative communication*. Boston: South End Press.

Downing, J. (2001a): *Radical Media: rebellious communication and social movements*. Thousand Oaks: Sage.

Enzensberger, H. M. (1974): *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona : Anagrama (2º edición en castellano).

Exeni, J.L. (1998): *Políticas de comunicación. Retos y señales para no renunciar a la utopía*. La Paz: Plural Editores/Friedrich Ebert Stiftung.

Flichy, P. (1981): “La explosión del monólogo. Las radios paralelas en la Europa occidental”, en Ll. Bassets (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981. Pgs. 180 – 188.

Gaido, M. (1981): “Los orígenes: la FM, los disc-jockeys y las radios piratas”, en Ll. Bassets (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gili. Pgs. 157 – 179.

García - Canclini, N. y Roncagliolo, R. (eds.) (1988): *Cultura transnacional y culturas populares*. Lima, IPAL.

García - Canclini, N. (1989): *Las culturas populares y el capitalismo*. México, Nueva Imagen.

Gilder, G. (1994): *Life after television : the coming transformation of media and american life*. New York : W.W. Norton & Company.

Habermas, J. (2002): *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. México: Gustavo Gili

(Reimpresión de 1981)

Hall, S. (1984): “Notas sobre la desconstrucción de «lo popular»”, en: R. Samuel, (ed.), *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica. Pgs. 93 – 110.

Halleck, D. (2002): *Hand – held visions. The impossible possibilities of the community media*. Nueva York: Fordham University Press, 2002.

Hanada, T. (2002): “Una aproximación conceptual a la esfera pública”, en: J. Vidal-Beneyto: *La Ventana Global*. Madrid: ediciones Taurus. Pgs. 137 – 162.

Hernández, D. (2005): *La libertad de expresión: ¿voces diversas y conciencias críticas o hegemonía mediática?*. Accesado el 20 de abril de 2008. URL <http://www.leyresorte.gob.ve/Documentos/PDFDanielWEB.pdf>

Jong, W., Shaw, M. y Stammers, N. (ed.) (2005): *Global activism, global media*. Londres: Pluto press.

Karam, T. (2001): “Globalización, comunicación y movimientos sociales. Notas para una reflexión a partir de las organizaciones civiles de derechos humanos”, en, F. Quirós, y F. Sierra (eds): *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2001. Pgs. 231 – 259.

Luhmann, N. (2000): *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.

Macbride, S. (1980): *Un Solo mundo, voces múltiples. Informe de la Comisión Internacional UNESCO sobre problemas de la Comunicación*. México : Fondo de cultura Económica.

Martín - Barbero, J.M. (1987): “Introducción”, en: *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – FELAFACS. México, Ediciones Gili. Pgs. 9 – 17.

Martín - Barbero, J.M. (2003): *Oficio de cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la*

comunicación en la cultura. México, FCE.

Mattelart, A., Biedma, P. y Funes, S. (1971): *Comunicación masiva y revolución socialista*. Santiago de Chile: Prensa Latinoamericana.

Mattelart, A. y Piemme, J.M. (1981): *La televisión alternativa*. Barcelona: Anagrama.

Mattelart, A. y Neveu, E. (2002): *Los Cultural Studies. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

McChesney, R. (2002): “Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado”, en: J. Vidal - Beneyto: *La Ventana Global* (eds.) Madrid: ediciones Taurus. Pgs. 233 – 247.

McQuail, D. (2006): “Hacen falta nuevas teorías para nuevos tipos de comunicación”. Entrevista del *Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación, INCOM*. Barcelona: España. Accesado el 20 de abril de 2008. URL: http://www.portalcomunicacion.com/esp/aab_ent_det.asp?entrevista=38&id_sub_des=39

Paiva, A. (1983): “La comunicación alternativa: sus campos de influencia, sus limitaciones y sus perspectivas de desarrollo”, en F. Reyes Matta (ed.): *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México: ILET. Pgs. 29 – 56.

Quirós, F. (2001): “Globalización y pensamiento crítico”, en F. Quirós y F. Sierra (eds): *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones. Pgs. 23 – 64.

Reyes Matta, F (1982): “La comunicación alternativa como respuesta democrática”, en E. Fox y H. Schmucler (eds.): *Comunicación y democracia en América Latina*. Lima: Desco. Pgs. 247 - 264.

Reyes Matta, F. (1986): “La comunicación transnacional y la respuesta alternativa”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs. 104

Rodríguez, C. (2001): *Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media*. Cresskill: Hampton Press.

Rodríguez, C. (2004): “The renaissance of citizens’ media”. *Media Development* N°2. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://www.wacc.org.uk/wacc/publications/media_development/2004_2/the_renaissance_of_citizens_media

Sparks, C. (1992): “Raymond Williams and the theory of democratic communication”, en: S. Splichal y J. Wasko (de): *Communication and Democracy*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation. Pgs. 69 – 86.

Sunkel, G. (1984): *Razón y Pasión en la prensa popular*. Santiago: ILET.

Thompson, E.P. (1981): *La miseria de la teoría*. Barcelona: Crítica.

Thompson, J. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Vidal - Beneyto, J. (1979): “Introducción”, en: *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas* (ed.). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pgs IX - XLIVL

Vinelli, N. y Rodríguez - Esperón, C. (2004): *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Continente.

Waisword, S. (2001): *Family tree of theories, methodologies and strategies in development communication: convergences and differences*. Nueva York: Rockefeller Foundation. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: www.comminit.com/pdf/familytree.pdf

Waltz, M. (2005): *Alternative and Activist media*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Wolton, D. (2002): “Internet: entre instrumento económico y proyecto político”, en J. Vidal –

Beneyto, J.: *La Ventana Global*. Madrid: ediciones Taurus. Pgs. 119 – 135.

Zubero, I. (2004): “Conocer para hacer: la tarea cultural de los movimientos sociales”, en V. Marí Sáez (Coord.): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid, Editorial Popular. Pgs. 59 – 75.

Capítulo 3

Aguirre Bianchi, C. (1979): “Medios alternativos de comunicación y formaciones sociales de conciencia”, en: J. Vidal – Beneyto (Ed.): *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1979. Pgs. 255 - 273

Aguirre Bianchi, C. (1986): “Ego Alter Sum [yo soy el otro]. Sobre la autoconciencia y la comunicación alternativa en un proceso de transición”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs. 127 – 139.

Albert, M. (2000): “¿Qué es lo que define a los medios alternativos?”, en *Z Magazine* mayo, 2005. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.zmag.org/Spanish/0005alte.htm>

Atton, C. (2002): *Alternative Media*. London: Sage.

Berardi, F.; Jacquemet, M. y Vitali, G. (2004): *Telestreet : máquina imaginativa no homologada*. Barcelona: El Viejo Topo.

Boeckmann, A.; Lovink, G. y García, D. (2001): *The GHI of Tactical Media*. Berlín. Recuperada el 20/04/2008 de : <http://www.uoc.edu/artnodes/eng/art/broeckmann0902/broeckmann0902.html>

Bourdon, J. (2004): “Is television a global medium? A historical view”, en T. G. Oren y P. Petro (eds.): *Global Currents: media and technology now*. New Jersey: Rutgers. Pgs. 93 – 112

Boyle, D. (1995): “Guerrilla Television”, en P. d'Agostino y D. Tafler (ed.) *Transmission. Toward a Post-Television Culture*. Thousand Oaks: Sage. Pgs. 151 – 163

Boyle, D. (2000): “Un epílogo para la Guerrilla TV”, en *Acción Paralela*, nº 5. Accesado el 19 de mayo de 2008. URL: <http://www.accpa.org/numero5/guerrilla.htm>

Brecht, B., (1976) “Teoría de la radio (1927 - 1932)” en J. Goded (de.): *Los medios de comunicación colectiva*. México: Facultad de ciencias políticas y sociales de la Universidad Autónoma de México.

Burch, S. (2003): *El reto de articular una agenda social en comunicación*. Conferencia del III Foro Social Mundial en Porto Alegre. Recuperada el 20/04/08 en: http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=1498

Bustamante, E.(2002): “Nuevas fronteras del servicio público y su función en el espacio público mundial”, en J. Vidal – Beneyto (ed): *La Ventana Global* (pp. 181- 193). Madrid: ediciones Taurus.

Bustamante, E.(2005): “Políticas de comunicación y cultura: el servicio público de radiotelevisión”. *I Conferencia internacional sobre políticas culturales*. 14 y 15 de noviembre de 2005 (Bilbao). Accesado el 17 de junio de 2008. URL: http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-6614/es/contenidos/informacion/conferencia_politica_culturale/es_10312/adjuntos/ponencia_bustamante_cas.pdf

Cassigoli, A.(1986): “Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs. 63 – 72

Cebrián, M. (2003): “Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos”. *Revista Latina de Comunicación Social*. Año 6º - número 53. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200353cebrian.htm>

Cesareo, G. (1979): “Comunicación alternativa y modo de producción en relación con el aparato radiotelevisivo”, en J. Vidal - Beneyto (Ed.): *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pgs. 315 – 324.

Clua, A. (2006): *De las radios libres al Tercer Sector Audiovisual*. Conferencia en el I encuentro de la Red Estatal de Medios Comunitarios (Santiago de Compostella). Recuperado el 20/04/08 de: http://www.medioscomunitarios.net/files/regulacion_tsa.doc

Clua, A.; Fernández, M.; García, J. (2006): “Medios sin ánimo de lucro en la regulación del audiovisual. El caso de España: del vacío legal al espacio marginal”. Texto elaborado a partir de la ponencia presentada en el *I Congreso Nacional de Pensamiento Crítico, Comunicación y Cultura* (organizado por Ulepicc). Sevilla: 17 de Noviembre de 2006. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://www.medioscomunitarios.net/files/remc_para_eptic.doc

Comedia Group (1984): “The Alternative Press: The Development of Underdevelopment”, en *Media Culture and Society* N°6. Pgs. 95 – 102.

Dayan, D. (1997): *En busca del público*. Barcelona: Gedisa.

De Certeau, M. (1996): *La invención de lo cotidiano. Vol 1. Artes del hacer*. México: Universidad Iberoamericana (2° edición).

Downing, J. (1984): *Radical media: the political experience of alternative communication*. Boston: South End Press.

Downing, J. (2001a): *Radical Media: rebellious communication and social movements*. Thousand Oaks: Sage.

Dubois, F. y Langlois, A. (ed.) (2005): *Autonomous Media. Activating Resistance & Dissent*. Québec: Cumulus press.

Eco, U. (1980): “Una nueva era en la libertad de expresión”, en Ll. Bossets (de): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli. Pgs. 213 – 230.

Enzensberger, H. M.: *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona : Anagrama, 1974 (2° edición en castellano).

Gonzaga Mota, L. (1987): “La práctica de la planificación participativa en los movimientos

populares” en: *Actas del Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – FELAFACS: Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: Ediciones Gili. Pgs. 191 – 215.

Graziano, M. (1980): “Para una definición alternativa de la comunicación”, en ININCO. Vol 1 - N 1. Tercer trimestre. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://www.revele.com.ve//pdf/revista_ininco/vol1-n1/pag71.pdf.

Guattari, F. (1980): “Las radios libres populares”, en Ll. Bossets (ed) *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gili. Pgs. 231 – 236

Gumucio – Dragón, A.: *La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: pálpito*. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.geocities.com/agumucio/ArtTelevisionComunitaria.html>

Gumucio – Dragón, A.: “Arte de Equilibristas: la Sostenibilidad de los Medios de Comunicación Comunitarios”. Ponencia escrita para la *Cuarta Conferencia Internacional de Comunicación Social: Perspectivas de la Comunicación para el Cambio Social* y el *Tercer Encuentro Our Media/Nuestros Medios*. Universidad del Norte. Barranquilla, 19-21 de mayo de 2003. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.comminit.com/en/node/149680/37>

Hernández, T. (1987): “Usos teóricos y usos comunes: lo popular y la investigación de la comunicación”, en *Actas del Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – FELAFACS: Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: Ediciones Gili. Pgs. 51 – 72.

Jérez, A. (ed.) (1998): *Trabajo voluntario o participacion? Elementos para una sociología del tercer sector*. Madrid: Tecnos.

Kaplún, M. (1985): *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL.

Kaplún, M. (1998): *Una Pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Katz, Y. (2005): *Media Policy for the 21st Century in the United States and Western Europe*. Cresskill: Hampton press.

Keane, J. (1991): *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press – Basil Blackwell.

Levinson, P. (1997): *The Soft edge : a natural history and future of the information revolution*. London New York: Routledge.

Lull, J. (1990): *Inside family viewing: ethnographic research on television's audiences*. Londres y Nueva York: Routledge.

Marí Sáez, V. M. (2001): “De las Banderas al Viento a las Redes Multifformes. Tecnologías de la información, movimientos sociales y cambio social. Contextos, modelos organizativos y estrategias comunicativas”, en F. Quirós y F. Sierra (eds): *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones. Pgs. 211 – 230.

Marí Sáez, V. M. (2004): “Comunicación, redes y cambio social” en V. M. Marí Sáez (coord.): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid: Editorial Popular. Pgs. 23 – 45.

Martín - Barbero, J.M. (2003): *Oficio de cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: FCE.

Mata, M. C. (1987): “Cuando la comunicación puede ser sentida como propia”, en *Actas del Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – FELAFACS: Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: Ediciones Gili. Pgs. 216 – 229.

Mattelart, A., Biedma, P. y Funes, S. (1971): *Comunicación masiva y revolución socialista*. Santiago de Chile: Prensa Latinoamericana.

Mattelart, A. y Piemme, J.M. (1981): *La televisión alternativa*, Barcelona: Anagrama.

Mayugo, C. (2004): Per un nou sistema de Mitjans. *Illacrúa*, mayo. Recuperado el 20/04/2008 de: <http://www.okupemlesones.org/artIllacrúa04.php>

Moragas, M. (1979): “El trabajo teórico y las alternativas a los mass media”, en J. Vidal - Beneyto (ed.): *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pgs.63 – 82.

Moragas, M.; Garitaonandía, C. y López, B. (1999): “Televisión de proximidad en Europa. Razones para el optimismo”, en: M. Moragas; C. Garitaonandía y B. López (eds): *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra: Servicio de publicaciones UAB. Pgs. 15 – 40.

Navarro Moreno, J. A. (1999): *La televisión local: Andalucía, la nueva comunicación*. Madrid: Fragua-Medea.

Nethol, A.M. (1982): “Reflexiones acerca de la teoría y acción comunicativas dentro de los procesos de transición a las democracias”, en E. Fox. y H. Schmucler (eds): *Comunicación y democracia en America Latina*. Lima : Desco. Pgs. 235 – 244.

Neveu, E. (2002): *Sociología de los Movimientos Sociales*. Barcelona: Hacer, 2002

Ouellette, L. (1995): “Will the Revolution Be Televised? Camcorders, Activism, and Alternative Television in the 1990s”, en P. d'Agostino y D. Tafler (ed.) *Transmission. Toward a Post-Television Culture*. California: Sage publications. Pgs. 165 – 187.

Paiva, A. (1983): “La comunicación alternativa: sus campos de influencia, sus limitaciones y sus perspectivas de desarrollo”, en F. Reyes Matta (ed.): *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México: ILET. Pgs. 29 – 56.

Pasquinelli, M. (ed.) (2003): *Mediactivismo. Estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Mapa internacional y manual de uso*. Asamblea Florida Este: Buenos Aires. Accesado el 20 de abril de 2008. URL: www.rekombinant.org/docs/Media-Activism-cas.pdf

Pavelka, F. (1979): “La comunicación de carácter comunitario por medios alternativos “, en J. Vidal - Beneyto (ed.): *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pgs. 35 – 48.

- Peruzzo, C. (1998): *Comunicação nos movimentos populares*. Rio de Janeiro, Vozes.
- Prado, E. (1983): *Las Radios Libres. Teoría y práctica de un movimiento*. Barcelona: Editorial Mitre.
- Prokop, D. (1979): “Esfera de lo público burguesa y esfera de lo público alternativa. Características institucionales y problemas estructurales”, en J. Vidal - Beneyto (ed.): *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pgs. 83 – 94.
- Reyes Matta, F (1982): “La comunicación alternativa como respuesta democrática”, en E. Fox y H. Schmucler (eds.): *Comunicación y democracia en América Latina*. Lima: Desco. Pgs. 247 - 264
- Reyes Matta, F. (1983): “Consenso del Seminario”, en F. Reyes Matta (ed.): *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México: ILET. Pgs. 239 – 250.
- Reyes Matta, F. (1986): “La comunicación transnacional y la respuesta alternativa”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs. 104 – 126
- Rheingold, H. (2004): *Multitudes Inteligentes*. Barcelona: Gedisa.
- Rifkin, J. (2000): *La era del acceso*. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez, C. (2001): *Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media*. Cresskill: Hampton Press.
- Roncagliolo, R.; Janus, N y Portales, D. (1982): “Publicidad, economía y democratización de las comunicaciones” en E. Fox. y H. Schmucler (eds): *Comunicación y democracia en America Latina*. Lima : Desco. Pgs. 217 – 231.
- Roncagliolo, R (1999): “Las redes de cooperación y la radio comunitaria”, en M. Chaparro (coord.): *La democratización de los medios. Actas del Segundo congreso de radio y televisiones*

locales, públicas y alternativas. Sevilla: EMARTV. Pgs. 259 – 268

Rucht, D. (2004): “The quadruple 'A': Media strategies of protest movements since the 1960s”, en: W.V. de Donk, B.D. Loader, Paul G. Nixon y D. Rucht (ed.): *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. Londres, Routledge. Pgs. 29 – 56.

Sadaba, I. y Roig, G. (2004): “Nodo 50. Territorio virtual para los movimientos sociales y la acción política”, en V. Marí Sáez (Coord.): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid, Editorial Popular. Pgs. 195 – 234.

Sáez, Ch. (2005): “Seguridad ciudadana y conflictos sociales. Cobertura y tratamiento en la TV”, en M. Cerbino (ed.): *Violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana*. Quito: Flacso – Ecuador. Pgs. 21 – 49.

Scott, J. (2003): *Los Dominados y el arte de la resistencia*. México: Era.

Servaes, J. y Malikhao, P. (2005): “Participatory communication: the new paradigm?”. en O. Hemer y T. Tufte (ed.): *Media and glocal change. Rethinking communication for development*. Buenos Aires – Suecia: Nordicom – Clacso Books. Pgs. 91 – 103.

Sierra, F. (2004): “Sociedad de la información y movimientos sociales. Alternativas democráticas al modelo de desarrollo social dominante”, en V. Marí Sáez (Coord.): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid: Editorial Popular. Pgs. 91 – 115.

Simpson Grinberg, M. (1986a): “Introducción. Comunicación alternativa: Tendencias de la investigación en América Latina”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs 23 – 57.

Simpson Grinberg, M. (1986b): “Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs. 140 - 155

Sparks, C. (1992): *Raymond Williams and the theory of democratic communication*, en: S. Splichal y J. Wasko (de), *Communication and Democracy*. New Jersey (NY): Ablex Publishing Corporation. Pgs. 69 – 86.

Sunkel, G. (1984): *Razón y Pasión en la prensa popular*. Santiago: ILET.

Vilches, L. (2008): *Problemas teóricos de la representación de la imagen en el contexto de la comunicación alternativa*. . Correo electrónico a Ch. Sáez (chiara.saez.baeza@gmail.com), 14 de junio de 2008. Accesado el 17 de junio de 2008.

Thompson, J. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Thwaites Rey, M. (1994) : “La Noción Gramsciana de hegemonía en el convulsionado fin de siglo”, en L. Ferreyra, E. Logiudice y M. Thwaites Rey (eds.): *Gramsci: Mirando al sur. Sobre la hegemonía de los 90*. Buenos Aires: K&ai Editor. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://catedras.fsoc.uba.ar/thwaites/grams_94.pdf

Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (2004): *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Continente.

Wright, S. (2004): “Informing, communicating and ICTs in contemporary anti-capitalist movements” en: W.V. de Donk, B.D. Loader, Paul G. Nixon y D. Rucht (ed.): *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. Londres, Routledge. Pgs.77 – 93.

Sitios web:

Adbusters: <http://www.adbusters.org/home/>

Consume hasta morir: <http://www.consumehastaamorir.com/>

Yomango: <http://www.yomango.net/es/index.php>

Capítulo 4

ACS (1) (s/f): *Activitats de difusió*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/difusio.php>

ACS (2) (s/f): *Principis generals de la programació*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/TVPrincipisGral.php>

ACS (3) (s/f): *Quadre comparatiu entre les esmenes que es proposaven des de l'ACS i el resultat final de la Llei de l'Audiovisual aprovada el desembre de 2005 al Parlament de Catalunya*. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/TSAComparativaLleiCatdes05.php>

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2003): *Okupem les Ones!!! Una campanya necessària*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/doc/OkupemlesOnes2003.rtf>

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2005a): *Què Proposem?*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/TSAqueproposem.php>

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2005b): *Resum D'activitats de la Comissió de Televisió*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/doc/InformeComissioTeleAbril05.rtf>

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2005c): *Justificació de les esmenes proposades per l'ACS a l'esborrany de text articulat de la Llei de l'Audiovisual y Proposta de canvis per part de l'ACS a l'esborrany de text articulat de la Llei de l'Audiovisual*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/doc/lleiiacs.pdf>

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2005d): *Informe TSA de la Comissió de Difusió, abril05*. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: http://www.okupemlesones.org/doc/InformeTSA_ComissioDifusioabril05.rtf

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2006): “La experiencia de presentación de enmiendas al proyecto de la Ley catalana del Audiovisual”. Ponencia presentada al II Encuentro

de la Red Estatal de Medios Comunitarios. Salamanca, 21-23 de Abril de 2006. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: http://www.okupemlesones.org/doc/presentacio_salamanca_cast.rtf

ACS (2008): *El CAC desestima el recurs presentat per l'ACS*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/TSAnegativaCACgen08.php>

Badillo, Angel (2005): “La desregulación invisible: el caso de la televisión local por ondas en España” en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, EPTIC* Vol. VII, n. 1, Ene. – Abr. 2005. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VII,n.1,2005/Badillo.pdf>

Bassets, Ll. y E. Bastardes (1979): “La prensa clandestina en Catalunya. Un reflexión metodológica”, en J. Vidal-Beneyto (ed.): *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Consejo Sup. de Inv. Sociológicas. Pgs 155 – 175.

Benedicto, J. (2006): “La construcción de la ciudadanía democrática en España (1977 – 2004): de la institucionalización a las prácticas” en: *Revista Española de Investigaciones Sociológicas, REIS*, número 104. Pgs. 103 – 136.

Bustamante, E. (2008a): *La batalla de la comunicación en Le Monde Diplomatique – versión peruana*. Marzo, 2008 Pgs 6 – 8. Accesado el 17 de marzo de 2008. URL: http://www.eldiplo.com.pe/files/lmd_marzo_2008.pdf

Bustamante, E. (2008b): *La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad*. Madrid: Fundación Alternativas. Documento de trabajo n° 129/2008. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: http://www.falternativas.org/content/download/5791/165761/version/1/file/52fe_26-03-08_doc129.pdf

CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya) (2006): *Informe en relació amb l'oferta tècnica continguda al sobre B presentada pels licitadors en el procés d'adjudicació de la concessió en règim de gestió indirecta per particulars per a l'explotació del servei públic de televisió digital local (expedient 11/A/2006) emès d'acord amb el que disposa la lletra c de l'article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya*. Accesado el 18 de mayo

de 2008. URL: <http://www.audiovisualcat.net/recerca/informeTDT21-06-06.pdf>

Carreras, Ll. De (2000): “El control democràtic de la televisió”, en: M. Corominas y M. de Moragas (eds.): *Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Pgs. 359 – 369

Chaparro, M. (1998): “El futuro de las radios y televisiones locales en el panorama público y alternativo” en: *Radiotelevisión pública local y alternativa. Perspectivas*. Jerez de la Frontera: Ayuntamiento de Jerez. Pgs. 107 – 131.

Chaparro, M. (1999): “Los peligros de la globalización y sus desafíos futuros”, en: *La democratización de los medios*. Sevilla: EMARTV. Pgs. 81 – 110.

Chaparro, M. (2004): “Mediacentro. La propuesta de comunicación participativa para las ciudades y los barrios de la red EMA RTV”, en V. Marí Sáez (ed.): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid: Editorial Popular. Pgs. 137 – 153

Chalmeta, F. (2006): “Tercer sector. La oportunidad de una nueva legislación: Renovarse o sucumbir” en *Diagonal* N° 24 (16 de febrero al 1° de marzo) Pg. 14. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.sinantena.net/textos/12y13y14diagonal24-web.pdf>

Clua, Anna (2008): “El servicio público de comunicación”, en *El País*. 06 de marzo de 2008. Accesado el 17 de mayo de 2007. URL: http://www.elpais.com/articulo/cataluna/servicio/publico/comunicacion/elpepiespcat/20080306elpecat_3/Tes/

El País (2005a): *Aguirre adjudicó las licencias de televisión digital sin pedir un informe preceptivo*. 6 de agosto de 2005. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: http://www.elpais.com/articulo/espana/Aguirre/adjudico/licencias/television/digital/pedir/informe/preceptivo/elpporesp/20050810elpepunac_7/Tes

El País (2005b): *Las televisiones locales solicitan un hueco dentro de las televisiones digitales terrestres*. 17 de noviembre de 2005. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.elpais.com/articulo/internet/televisiones/locales/solicitan/hueco/dentro/televisiones/>

[digitales/terrestres/elpeputec/20051117elpepunet_5/Tes](#)

EMARTV (2000): *Conclusiones del Tercer Congreso de radios y televisiones locales públicas y alternativas*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.emartv.com/cont/1843?nid=300>

EMARTV (2005): *Conclusiones del Quinto Congreso de radios y televisiones públicas, locales*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.emartv.com/cont/1845?nid=300>

Fernández, I.; Corominas, M.; Bonet, M.; Guimerà, J.A.; Sanmartín, J. (2006): “Políticas de implantación de la TDT local en España (2005-2006): los casos de las comunidades autónomas de Islas Baleares, Madrid, Navarra, Región de Murcia, Comunidad Valenciana, Galicia, Cataluña y Aragón”. *IX Congreso Iberoamericano de Comunicación*, noviembre 2006, Sevilla – Cádiz. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.hapaxmedia.net/ibercom/pdf/FernandezAlonsoIsabel.pdf>

García García, J. (2006): “Concesiones digitales”, en *Diagonal* n° 23, del 2 al 15 de febrero. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.diagonalperiodico.net/article206.html>

García Leiva, M.T. (2006a): “Políticas europeas de televisión digital terrestre. Antecedentes, caracterización y alternativas” en *Revista Latina de Comunicación Social* n° 62. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200604leiva.htm>

García Leiva, M.T.: (2006b): “La introducción de la TDT en España en el contexto de la política europea para la transición digital en televisión” en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, EPTIC*. Vol. VIII, n. 1, ene. – abr. 2006. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VIII,n.1,2006/MariaTrinidadLeiva.pdf>

García, G. (2006): “Okupem les ones per un Tercer Sector”, en *La Directa* N°1, abril 2006

González, A. (2005): “Dificultades en la Implantación de la Televisión Digital Terrestre en España. El Modelo Europeo” en *Razón y Palabra*, N°45. Accesado el 16 de mayo de 2008. URL: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n45/agonzalez.html>

Guillamón, V (2006): “Cada vez se ve más que la comunicación es un arma política y estratégica”, en: Gara, febrero 2006. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/doc/artGara06.pdf>

Guimerà, J. A. (2000): “La televisió local”, en: J. V. Rabadan; M. Bonet; J. Guimerà; M. Moragas; D. Domingo; B. López (eds.): *Observatori de la Comunicació Local. Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Pgs. 213 – 242.

Guimerà, J. A. (2005): “La televisió local: a les portes de la regulació definitiva a través de la TDT”, en J.V. Rabadan; M. Bonet; J. Guimerà; D. Domingo (eds.): *Observatori de la Comunicació Local. Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Pgs. 211 – 229.

Guimerà, J. A. (2006): “La televisió local a Catalunya: un model en profunda transformació”, en *Quaderns del CAC*, nº 26 (septiembre - diciembre), Pgs 141 – 149. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q26guimer_.pdf

Gubern, R. (1979): “Notas sobre el cine clandestino en Catalunya bajo el franquismo” en J. Vidal-Beneyto (ed.): *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Consejo Sup. de Inv. Sociológicas. Pgs. 177 – 180.

López, B.; Risquete, J.; Castelló, E. (1999): “España: consolidación del modelo autonómico en la era multicanal”, en: M. de Moragas, C. Garitaonandía y B. López (eds): *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona (Servicio de publicaciones). Pgs. 141 – 191.

Mayugo, C. (2006): “El “tercer sector audiovisual” irrumpe en la agenda política española” en *Pueblos* Nº 20, marzo 2006. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.revistapueblos.org/pdf/pueblos20.pdf>

Mayugo, C. (2004): “Per un nou sistema de Mitjans”. *Illacrua*, mayo 2004.

Mayugo, C. y García, J. (2006): “Las radios libres toman la palabra. De expresión ciudadana a manzana de la discordia”, en *Diagonal* N° 24 (16 de febrero al 1° de marzo), pg. 12. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.sinantena.net/textos/12y13y14diagonal24-web.pdf>

Moragas, M. (1988): *Espais de Comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62.

Moragas, M. y Fernández, I (2005): “Les polítiques de comunicació”, en: M. Corominas, M. Moragas y J. Guimerà (eds.): *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Pgs. 231 – 245.

Navarro M., J. (1999): *Televisión local. Andalucía : la nueva comunicación*. Madrid: Fragua.

Parlamento Europeo (2007): *La situación de los medios de comunicación comunitarios en la Unión Europea. Documento de síntesis*. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/dv/691/691771/691771es.pdf

Pérez, F. (2008b): *Consulta sobre TVs de proximidad amparadas por la LISI*, correo electrónico a Chiara Sáez (Chiara.saez.baeza@gmail.com), 9 de junio de 2008. Accesado el 18 de junio de 2008.

Picazo, P. (2007): *Políticas de la televisión de proximidad. Una investigación en torno a las televisiones de proximidad*. Trabajo de investigación. Valencia, Departamento de Teoría de los Lenguajes, Universidad de Valencia.

Plans, M. (1980): “Radio España Independiente, la “Pirenaica”. Entre el mito y la propaganda”, en: Ll. Bassets (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli. Pgs. 114-130.

Prado, E. (1980): “El movimiento por la libertad de emisión en España”, en Ll. Bassets (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli. Pgs. 237 – 255.

Prado, E.; Delgado, M.; García, N.; Larrégola, G. (2000): “La Televisió”, en: M. Corominas y

M. de Moragas (eds.): *Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Pgs. 67 – 89.

Radio Vallecas (2005): *Tele K Resiste*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.nodo50.org/radiovk/phpBB2/viewtopic.phpt=14&start=0&postdays=0&postorder=asc&highlight=>

RTVE (Consejo de administración de la Corporación) (2007): *Directrices básicas del derecho de acceso*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es/oficina/documents/DIRECTRICES_ACCESO_RTVE.pdf

Salvador, M. y Camisón, J. (2001): “El Consejo Audiovisual de la comunidad de Madrid y la comisión técnica audiovisual” en G. Escobar Roca (ed.): *El Derecho de la Televisión. Situación y perspectivas de la comunidad de Madrid*. Madrid: Dykinson.

Santaolalla, F. (2001): “La televisión pública: el ente público radio televisión Madrid”, en: G. Escobar Roca (ed.): *El Derecho de la Televisión. Situación y perspectivas de la comunidad de Madrid*. Madrid: Dykinson.

Sastre García, Cayo (1997): *Transición y desmovilización política en España (1975 - 1978)*. Valladolid: Secretariado de Publicaciones e Intercambio Científico, Universidad de Valladolid.

Soyuz i Peña Roja, L. (2007): *COM és possible? Un tomb pels límits de la democràcia mediàtica*. Barcelona: Comunicant y ECOS SCCL.

Tele K (1) (s/f): *El movimiento asociativo y vecinal*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.vallecas.org/historia/movimientoasociativo.htm>

Tele K (2) (s/f): *Tele K: un modelo de televisión independiente y comunitario en España*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.vallecas.org/telek/queestelek.html>

Tele K (3) s/f: *Desarrollo del proyecto*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.vallecas.org/fedekas/desarrolloproyecto.html>

URCM (Unión de Radios Culturales de Madrid) (2005): *Anteproyecto de Ley General Audiovisual*. Accedido el 18 de mayo de 2007. URL: http://www.comunicaciondigna.org/article.php3?id_article=27

Vilches, L. (1996): "The media in Spain" en T. Weymouth & B. Lamizet: *Markets & Myths. Forces for change in the European Union*. New York: Norman Publishing.

Referencias legales

BOCG (2005): *Previsiones acerca de la elaboración de la llamada Ley Audiovisual (Ley General de Radio y Televisión) y la inclusión en la misma de un tercer sector audiovisual*. Boletín Oficial de las Cortes Generales, Serie D General nº 201, p. 88. Accedido el 18 de mayo de 2008. URL: http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/BOCG/D/D_201.PDF

BOE (1978): *Constitución Española*. Boletín Oficial del Estado, nº 311.1. Accedido el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.boe.es/boe/dias/1978/12/29/pdfs/A29313-29424.pdf>

BOE (1995): *Ley 41/1995 de 22 de diciembre, de televisión local por ondas terrestres*. Boletín Oficial del Estado nº 309. Accedido el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.boe.es/boe/dias/1995/12/27/pdfs/A36940-36944.pdf>

BOE(2007): *Ley 56/2007 de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información*. Boletín Oficial del Estado nº 312. Accedido el 17 de mayo de 2008. URL: http://www.congreso.es/constitucion/ficheros/leyes_esp/l_056_2007.pdf

Entrevistas personales

Chaparro, Manuel (2007): entrevista realizada el 2 de octubre de 2007

García, Javier (2008): entrevista realizada el 1 de febrero de 2008

Mayugo, Carme (2007): entrevista realizada el 15 de noviembre de 2007

Pérez, Francisco (2008a): entrevista realizada el 1 de febrero de 2008

Picazo, Patricia (2008): entrevista realizada el 1 de febrero de 2008

Páginas web:

La Tele: <http://www.okupemlesones.org>

Tele K: <http://www.vallekas.org>

Capítulo 5

Aufderheide, P. (2004): “Public Televisión now and later”, en: Newcomb, H. (ed.): *Encyclopedia of Television* (2º edición). Chicago: Fitzroy Dearborn publishers.

Aufderheide, P. (2006): *The New Deal. How digital platforms change negotiations between public media and Independent Producers*. Washington: Center for Social Media – ITVS. URL: <http://www.centerforsocialmedia.org/files/pdf/NewDeal1.pdf>

Bertrand, C.J. (1992): *La Televisión en Estados Unidos ¿Qué nos puede enseñar?*. Madrid: ediciones RIALP.

Boyle, D. (1995): “Guerrilla Television”, en: P. D'agostino y D. Tafler (eds): *Transmission. Toward a post – television culture* (2º ed.). California: Sage. Pgs. 151 – 163.

Boyle, D. (2000): “Un epílogo para la Guerrilla TV”, en *Acción Paralela*, nº 5. Accesado el 19 de mayo de 2008. URL: <http://www.accpa.org/numero5/guerrilla.htm>

Buske Group (s/f): *PEG Access Basics*. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: http://www.buskegroup.com/PEG_Access_Basics.pdf

Carmona, E. (2007): *Los amos de la prensa*. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: <http://www.pieldeleopardo.com/modules.php?name=News&file=article&sid=3449>

Cohen, J. (2002): *La concentración de los medios de comunicación en Estados Unidos*. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=996

Constanza, S. (2006) : *La lucha ciudadana contra las grandes empresas mediáticas*. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: http://www.movimientos.org/show_text.php3?key=6168

D'agostino P. y Tafler, D. (eds) (1995): *Transmission. Toward a post – television culture. Introduction* (2º edición). California: Sage, Pgs I – XXV.

DDTV 1 (s/f): *The Opening Series*. Accesado el 19 de mayo de 2008. URL: <http://www.deepdishtv.org/Series/Default.aspx?id=1>

DDTV 2 (s/f): *History*. Accesado el 26 de mayo de 2008. URL: [Http://www.deepdishtv.org/publicaccess.htm](http://www.deepdishtv.org/publicaccess.htm)

Downing, J. (1984): *Radical Media: The political experience of alternative communication*. Boston: South End Press.

Engelman, R. (1996): *Public Radio and Television in America: A Political History*. California: Sage Publications.

EUA (Estados Unidos de América) (1977): *La Declaración de Independencia : la Constitución de los Estados Unidos de América*. S.l. : Servicio Cultural e informativo de los Estados Unidos.

Freepress (s/f): *Communications Opportunity, Promotion, and Enhancement (COPE) Act of 2006*. Accesado el 18 de junio de 2008. URL: <http://www.freepress.net/node/29854>

Goodman, A. (2007): *The FCC's Christmas Gift to Big Media*. Accesado el 26 de mayo de 2008. URL: http://i2.democracynow.org/blog/2007/12/29/the_fccs_christmas_gift_to_big_media

Halleck, D.d. (2002): *Hand – Held visions. The Impossible Possibilities of Community Media*. New York: Fordham University Press.

Juris, J. (2004): “Indymedia. De la contra información a la utopía informacional”, en: V. M. Marí Sáez (ed): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red*. Madrid: Editorial Popular, Pgs 154 – 194

Karr, T. (2005): “House Restores \$100M to Public Broadcasting As CPB Taps Fmr. RNC Chair Pat Harrison For President”. Entrevista en *Democracy Now!*, 24 de junio de 2005. Accesado el 26 de mayo de 2008. URL: http://www.democracynow.org/2005/6/24/house_restores_100m_to_public_broadcasting

Kellner, D. (1992): “Public - access television and the struggle for democracy”, en: J. Wasko and V. Mosco (eds.): *Democratic Communications in the Information age*. Toronto: Garamond Press, Pgs 100 – 113

Kellner, D. (1996): *Television and the crisis of democracy*. Colorado: Westview Press.

Klein, H. (2005): “Reinventing PEG Access”. *Pre-conference Workshop: “Access Future”*. Annual Conference of Alliance for Community Media, 2005. Monterrey, California: 6 - 9 July.

Klein, H. (2006): *Public Access Television. An Institutional Analysis*. Accesado el 26 de mayo de 2008. URL: http://www.ip3.gatech.edu/research/muni_comm/Klein_CMRI_Anstl_Analysis.pdf

León, O. (2003): *EE.UU.: Triunfo de los monopolios mediáticos*. Accesado el 24 de mayo de 2008. URL: <http://alainet.org/active/3844&lang=es>

Mc Chesney, R. y Nichols, J. (2003): “Up in Flames: The Public Revolt Against Media Monopoly”. en *The Nation*. 30 de octubre de 2003. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: <http://www.thenation.com/doc/20031117/mcchesney>

Miguel de Bustos, J. C. (2007): “Caracterización de la regulación de la FCC”, en *Zer*, n° 23. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: http://www.ehu.es/zer/zer23/zer23_miguel.htm

Ouellette, L. (1995): “Will the Revolution Be Televised? Camcorders, Activism, and Alternative

Television in the 1990s”, en: P. D'agostino y D. Tafler (eds): *Transmission. Toward a post – television culture* (2º ed.). California: Sage Publications. Pgs. 165 – 187.

PBS (1): *Programming services*. Accesado el 24 de mayo de 2008. URL: http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_prog.html

PBS (2007): *PBS: An Overview*. Accesado el 24 de mayo de 2008. URL: http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_corp.html

Rivkin, Steven R. (1973): *Cable Television: A Guide to Federal Regulations*. California: The Rand Corporation.

Roberts, J. (1995): “Public access. Fortifying the electronic soapbox”. *Federal Communications Law Journal*. Volumen 47, nº1 (1994 – 1995). Accesada el 19 de mayo de 2008. URL: <http://www.law.indiana.edu/fclj/pubs/v47/no1/roberts.html>

Segovia, A.I. (2001): “Aviso para navegantes. Concentración y privatización de las comunicaciones en Estados Unidos”, en: F. Sierra y F. Quirós (eds): *Comunicación, Globalización y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Pgs. 93 – 133.

Stein, L. (2001): "Access Television and grassroots political communication in United States", en: J. Downing (ed): *Radical Media*. Thousand Oaks: Sage. Pgs. 299 – 325.

Tactical Media Group (2006): *Telecommunications Legislation Toolkit version 1.0*. Accesado el 26 de mayo de 2008. URL: http://www.cpcs.umb.edu/%7Edanielle/telecompolicytoolkit_v1.pdf

Thornton, B.; Walters, B. y Rouse, L. (2006): “Corporate media is corporate America”, en P. Phillips (ed.): *Censored 2006 : The Top 25 Censored Stories*. New York: Seven Stories Press. Pgs. 245 - 262.

Tridish, P. y Redden, D. (s/f): *A media activists guide to the FCC*. Accesado el 14 de mayo de 2008. URL: : http://oldsite.prometheusradio.org/media_activists_guide.shtml

Tucho, F. (2006): "El Movimiento de Reforma de los Medios en Estados Unidos". *Pueblos* n° 20. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.revistapueblos.org/spip.php?article364>

Entrevistas personales

Andrade, Denisse: entrevista realizada el 15 de septiembre de 2005

Hollar, Julie: entrevista realizada el 22 de septiembre de 2005

Jourdan, Brandon: entrevista realizada el 12 de septiembre de 2005

Kinoy, Peter: entrevista realizada el 13 de septiembre de 2005

Lucas, Marty: entrevista realizada el 15 de septiembre de 2005

Nogueira, Ana: entrevista realizada el 22 de septiembre de 2005

Sitios web:

Association of public television stations: <http://www.pts.org/>

Deep Dish TV: <http://www.deepdish.org/>

Democracy Now!: <http://www.democracynow.org/>

Downtown Community Television: <http://www.dctvny.org>

Fairness and Accuracy in Reporting: <http://www.fair.org>

Free speech TV: <http://www.freespeech.org>

Free Press (Campana por la Reforma de los medios): <http://www.freepress.net/>

Manhattan Neighborhood Network: <http://www.mnn.org/>

New York State Council of Arts: <http://www.nysca.org/>

Paper Tiger TV: <http://www.papertiger.org>

Save the Internet Campaign: <http://www.savetheinternet.com/>

Save the Public Access Campaign: <http://saveaccess.org/>

United States Department of Treasury. Internal Revenue Service:
<http://www.irs.gov/charities/charitable/article/0,,id=155030,00.html>

Capítulo 6

Aharonian, Aram (2007): *El temor de la dictadura mediática*. Publicado el 15 de junio de 2007. Accesado el 8 de junio de 2008. URL: http://www.minci.gob.ve/opinion/7/14313/el_temor_de.html

AMARC – ALC (2007a): *Carta Abierta de AMARC sobre el caso RCTV en Venezuela*. Publicado el 13 de abril de 2007. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://www.wacc-al.net/noticias/carta_amarc.html

AMARC – ALC (2007b): *Venezuela comenta sus planes para la TV digital*, publicado el 28 de junio de 2007. Accesado el 8 de junio de 2008. URL: <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/269>

Antillano, P. (2002): “La mediocracia”, publicado en *El Nacional* el 19 de mayo de 2002.

APC (Asociación para el Progreso de las Comunicaciones) (2005): *Ejercicio de la libertad de expresión por medios de comunicación comunitarios. Informe Anual sobre situación en Venezuela 2004-2005*. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://documents.amarc.org/files/2005-09-07/ALC_Informe_situacion_en_Venezuela.pdf

Britto García, L. (2004): *Investigación de unos medios por encima de toda sospecha*. Caracas:

Fondo editorial *Questión*.

Britto García, L. (2006): “El día que CONATEL derogó la Ley Resorte”, publicado en *Aporrea* el 20 de enero de 2006. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.aporrea.org/medios/a18992.html>

Capriles, O. (1982): “Venezuela: las enseñanzas del proyecto RATELVE”, en: E. Fox y H. Schmucler (coord.): *Comunicación y Democracia en América Latina*. Lima: DESCO. Pgs. 117 – 152.

Capriles, O (1986): “Venezuela: ¿Política de comunicación o comunicación alternativa?”, en M. Simpson Grinberg (coord.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México, Premia. Pgs. 171 – 185.

Carracedo, D. (2007): *Informe sobre 236 clausuras, revocaciones y no renovaciones de Radio y TV en 21 países del mundo, incluyendo EEUU y Unión Europea*. Valencia – Centro de Estudios Políticos y Sociales. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://www.ceps.es/actividades/investigacion/venezuela/Informe_sobre_revocacion_RCTV.pdf

Cegarra, M (2005): “¿Qué le pasó a Pasquali?”, publicado en *Palabra y Media* Año 1 - Nro 6, p.10 <http://www.leyresorte.gob.ve/Documentos/Hoja%20por%20Hoja.pdf>

Chaderton, R. (2003): *Discurso ante la XXXIII Asamblea General de la OEA*, leído el 9 de junio de 2003 en Santiago de Chile. Accesado el 1º de junio de 2008. URL: <http://www.oas.org/speeches/speech.asp?sCodigo=03-0062>

CIDH (Comisión Interamericana de Derechos Humanos) (2004): *Relatoría para la libertad de expresión hace pública carta enviada al Canciller de la República Bolivariana de Venezuela en referencia al “Proyecto de ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión”*. Comunicado de Prensa 111/04 publicado el 26 de octubre de 2004. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.cidh.org/relatoria/showarticle.asp?artID=287&IID=2>

CITEL (Comisión Interamericana de Telecomunicaciones) (2005): *Guía de implementación de radiodifusión de televisión terrenal digital*. Accesado el 2 de junio de 2008. URL:

http://www.citel.oas.org/sp/ccp2-radio/TV%20Digital/P2!R-0811p1r2_e.pdf

CL (Corporación Latinobarómetro) (2005): *1995 – 2005: Diez años de opinión pública*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.

CL (Corporación Latinobarómetro) (2007): *Informe Latinobarómetro 2007*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.

CONAC (1975): *Diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano*. Comisión Preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura. Comité de Radio y Televisión. Caracas: CONAC.

CONATEL (2005a): *Indicadores de telefonía fija y telefonía móvil, 1997 – 2005*. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://www.conatel.gov.ve/indicadores/Indicadores2005/indicadores/indice_anual.htm

CONATEL (2005b): “I Foro de Responsabilidad Social culminó exitosamente”. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.conatel.gov.ve/noticia.asp?numn=1364>

Deronne, T. (2005b): “El espectro radioeléctrico es patrimonio público”. Entrevista a Thierry Deronne”, publicado en *Momarandu* el 26 de junio de 2005. Accesado el 1° de junio de 2008. URL: <http://www.momarandu.com/amanoticias.php?a=3&b=0&c=40934>

Eekhout, B. (2004): “Venezuelan Community TV. Interview With Blanca, Director of Vive”, publicado en *Z Magazine* el 6 de septiembre de 2004. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: <http://www.zmag.org/znet/viewArticle/7914>

Falconi, F. (2005): “Catia TV: no vea televisión, Hágala”, publicado en *Voltaire* el 16 de septiembre de 2005. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: <http://www.voltairenet.org/article128116.html>

Girard, B. (2005): “Re: Chavez TV: Repuesta de Antonio Pasquali”, crisal@comunica.org [Lista de correo] 4 de agosto. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://comunica.org/pipermail/crisal_comunica.org/2005-August/001155.html

Hernández, L. (2007): “Venezuela: mediocracia y libertad de expresión”, publicado en *La Jornada* el 5 de junio de 2007. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: <http://www.jornada.unam.mx/2007/06/05/index.php?section=opinion&article=023a1pol>

Hernández, R. (2002a): “La Inquisición Mediática”, en *Questión*, julio: 2002. P. 4 y 40.

Hernández, R. (2002b): “Nuevos medios contra viejos golpes”, en *Questión*, agosto: 2002b P. 34 - 35

Hernández, T. (1988): “Jornadas de Comunicación y Democracia. La Comunicación en los programas de gobierno y los planes de la Nación”. *ININCO*, Vol1- N°1: 1988. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://www.revele.com.ve//pdf/anuario_ininco/vol1-n1/pag141.pdf

Lambert, R. (2004): “Venezuela: Vive TV o la comunicación al servicio de una nueva ciudadanía”, publicado en *Rebelión* el 04 de septiembre de 2004. Accesado el 1° de junio de 2008. URL: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=4178>

Lara, W. (2004): “Venezuela: Aclare sus dudas sobre la Ley Resorte”, entrevista publicada en *APIA* en diciembre de 2004. Accesado el 8 de junio de 2008. URL: <http://www.apiavirtual.com/2004/12/12/articulo-3807/>

Lemoine, M. (2002): “Laboratorios de la mentira. Quintacolumnismo en las portadas venezolanas. *Questión*: Agosto. Pgs. 7 – 9.

Lozada, M. (2004): “El ciberciudadano: representaciones, redes y resistencias en Venezuela y América Latina”, en D. Mato (coord.): *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES - Universidad Central de Venezuela, 2004. P. 167-180.

Márquez, R. (2005b): “Nuestro lema es: no vea televisión, hágala”. Entrevista en *Aporrea – EncontrARTE* n° 33, 24 de diciembre de 2005. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: <http://encontrarte.aporrea.org/hablando/33/>

Menendez del Valle, E. (2003): “Dramática polarización en Venezuela”, publicado en *Aporrea*

el 30 de julio de 2003. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.aporrea.org/actualidad/a4038.html>

MINCI (Ministerio del Poder Popular para la Información y la Comunicación) (2007): El libro blanco sobre RCTV. Caracas: MINCO. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://archivos.minci.gob.ve/doc/libro_blanco_RCTV-Web.pdf

Munckton, S. (2005): “Venezuela: revolution extends free speech”, publicado en *Green Left online* el 16 de febrero de 2005. Accesado el 8 de junio de 2008. URL: <http://www.greenleft.org.au/back/2005/615/615p17.htm>

Navarro, E. (2005): “Regular a los medios de comunicación es responsabilidad de los Estados”, publicado en *Voltaire* el 17 de enero de 2005. URL: <http://www.voltairenet.org/article123565.html>

Pasquali, A. (2006): Entrevista en *La Razón*, 25 de junio de 2006: A5. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.analitica.com/va/politica/opinion/8382917.asp>

Roncagliolo, R (1999): “Las redes de cooperación y la radio comunitaria”, en M. Chaparro (coord.): *La democratización de los medios. Actas del Segundo congreso de radio y televisiones locales, públicas y alternativas*. Sevilla: EMARTV. Pgs. 259 – 268

RSF (2003): *Reporteros sin Fronteras denuncia el cierre de una televisión comunitaria*. Comunicado publicado el 15 de julio de 2003. Accesado el 30 de mayo de 2008. URL: http://www.rsf.org/article.php3?id_article=7517

RSF (2004): *Reporteros sin Fronteras pide a las autoridades que revisen la Ley de responsabilidad social en radio y televisión. Carta a Andrés Izarra, ministro de Telecomunicaciones de la República Bolivariana de Venezuela*, declaración publicada el 20 de octubre de 2004. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: http://www.rsf.org/imprimir.php3?id_article=11641

Sanoja, M y Vargas, I. (2003): “Cultura, educación y defensa nacional. Organizar la ciudadanía para defender valores, forma de vida y territorio nacional”. *Questión*, Abril: 2003. Pgs. 4 – 5

Schiller, N. (2005): *No Vea Television, Hágala: The Secret of Community Television in Caracas Venezuela*. Prepared for the Latin American Research Workshop at the New School. New York University, October 27th. 2005 (manuscrito).

SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) (2004): *Duro cuestionamiento de la SIP a la Ley de contenidos de Venezuela*, declaración publicada el 7 de diciembre de 2004. Consultado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.sipiapa.org/espanol/pressreleases/srchcountrydetail.cfm?PressReleaseID=1263>

Sosa, V. (2005): “Los medios, la réplica y los completos”, publicado en *La Cuadrilla* Año 1 N°2. Consultado el 2 de junio de 2008. URL: http://www.documentalistas.org.ar/nota-boletin.shtml?sh_itm=b8de57ff60833ca12c40909476c25d82

Tamayo, E. (2005): *Globalización, comunicación y movimientos sociales*. Consultado el 18 de junio de 2008. URL: http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=5932

Vargas, I. (2002): “¿De quién es la cultura? Evitar una ley que sólo se ocupe de la organización burocrática”. *Questión*, octubre: 2002. P. 10 - 11

Entrevistas:

Deronne, T. (2005a): entrevista realizada en febrero de 2005

Dragnic, Olga. (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Eeckhout, Blanca. (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Mago, Sheyla (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Márquez, Ricardo (2005a): entrevista realizada en febrero de 2005

Moreno, Abraham (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Pinto, Fernando. (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Saldivia, José Luis (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Zavala, Wilmar. (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Referencias legales

GOE (2000): *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.tsj.gov.ve/legislacion/constitucion1999.htm>

GO (2000): *Ley Orgánica de Telecomunicaciones*. Gaceta Oficial N° 36.970. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: http://www.tsj.gov.ve/legislacion/LT_ley.htm

GO (2002): *Reglamento de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro*. Publicado en Gaceta Oficial N° 37.359. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: http://www.conatel.gov.ve/downloads/marco_legal/ReglaAbiertadeSP.zip

GO (2004): *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*. Gaceta Oficial N° 38.081. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.tsj.gov.ve/gaceta/diciembre/071204/071204-38081-01.html>

Películas:

Llaguno. Claves de una masacre (2004): Película dirigida por Ángel Palacios, Venezuela. Panafilms [DVD]

Bibliografía general

ACS (1) (s/f): *Activitats de difusió*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/difusio.php>

ACS (2) (s/f): *Principis generals de la programació*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/TVPrincipisGral.php>

ACS (3) (s/f): *Quadre comparatiu entre les esmenes que es proposaven des de l'ACS i el resultat final de la Llei de l'Audiovisual aprovada el desembre de 2005 al Parlament de Catalunya*. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/TSAComparativaLleiCatdes05.php>

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2003): *Okupem les Ones!!! Una campanya necessària*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/doc/OkupemlesOnes2003.rtf>

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2005a): *Què Proposem?.* Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/TSAqueproposem.php>

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2005b): *Resum D'activitats de la Comissió de Televisió*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/doc/InformeComissioTeleAbril05.rtf>

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2005c): *Justificació de les esmenes proposades per l'ACS a l'esborrany de text articulat de la Llei de l'Audiovisual y Proposta de canvis per part de l'ACS a l'esborrany de text articulat de la Llei de l'Audiovisual*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/doc/lleiiacs.pdf>

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2005d): *Informe TSA de la Comissió de Difusió, abril05*. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: http://www.okupemlesones.org/doc/InformeTSA_ComissioDifusioabril05.rtf

ACS (Assemblea per la Comunicació Social) (2006): “La experiencia de presentación de enmiendas al proyecto de la Ley catalana del Audiovisual”. Ponencia presentada al II Encuentro de la Red Estatal de Medios Comunitarios. Salamanca, 21-23 de Abril de 2006. Accesado el 18

de mayo de 2008. URL: http://www.okupemlesones.org/doc/presentacio_salamanca_cast.rtf

ACS (2008): *El CAC desestima el recurs presentat per l'ACS*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/TSAnegativaCACgen08.php>

Aguirre Bianchi, C. (1979): “Medios alternativos de comunicación y formaciones sociales de conciencia”, en: J. Vidal – Beneyto (Ed.): *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1979. Pgs. 255 - 273

Aguirre Bianchi, C. (1986): “Ego Alter Sum [yo soy el otro]. Sobre la autoconciencia y la comunicación alternativa en un proceso de transición”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs. 127 – 139.

Aharonian, Aram (2007): *El temor de la dictadura mediática*. Publicado el 15 de junio de 2007. Accesado el 8 de junio de 2008. URL: http://www.minci.gob.ve/opinion/7/14313/el_temor_de.html

Albert, M. (2000): “¿Qué es lo que define a los medios alternativos?”, en *Z Magazine* mayo, 2005. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.zmag.org/Spanish/0005alte.htm>

AMARC – ALC (2007a): *Carta Abierta de AMARC sobre el caso RCTV en Venezuela* . Publicado el 13 de abril de 2007. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://www.wacc-al.net/noticias/carta_amarc.html

AMARC – ALC (2007b): *Venezuela comenta sus planes para la TV digital*, publicado el 28 de junio de 2007. Accesado el 8 de junio de 2008. URL: <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/269>

Antillano, P. (2002): “La mediocracia”, publicado en *El Nacional* el 19 de mayo de 2002.

APC (Asociación para el Progreso de las Comunicaciones) (2005): *Ejercicio de la libertad de expresión por medios de comunicación comunitarios. Informe Anual sobre situación en Venezuela 2004-2005*. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://documents.amarc.org/files/2005-09-07/ALC_Informe_situacion_en_Venezuela.pdf

Atkinson, P. y Hammersley, D. (1994): *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós.

Atton, C. (2002): *Alternative Media*. London: Sage.

Aufderheide, P. (2004): “Public Televisión now and later”, en: Newcomb, H. (ed.): *Encyclopedia of Television* (2º edición). Chicago: Fitzroy Dearborn publishers.

Aufderheide, P. (2006): *The New Deal. How digital platforms change negotiations between public media and Independent Producers*. Washington: Center for Social Media – ITVS. URL: <http://www.centerforsocialmedia.org/files/pdf/NewDeal1.pdf>

Badillo, Angel (2005): “La desregulación invisible: el caso de la televisión local por ondas en España” en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, EPTIC* Vol. VII, n. 1, Ene. – Abr. 2005. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VII,n.1,2005/Badillo.pdf>

Bassets, Ll. y E. Bastardes (1979): “La prensa clandestina en Catalunya. Un reflexión metodológica”, en J. Vidal-Beneyto (ed.): *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Consejo Sup. de Inv. Sociológicas. Pgs 155 – 175.

Benedicto, J. (2006): “La construcción de la ciudadanía democrática en España (1977 – 2004): de la institucionalización a las prácticas” en: *Revista Española de Investigaciones Sociológicas, REIS*, número 104. Pgs. 103 – 136.

Bennet, L. (2002): “La globalización, la desregulación de los mercados de los medios de comunicación y el futuro de la información pública”, en: J. Vidal-Beneyto (ed.): *La Ventana Global*. Madrid: Taurus. Pgs. 249 – 260.

Berardi, F.; Jacquemet, M. y Vitali, G. (2004): *Telestreet : máquina imaginativa no homologada*. Barcelona: El Viejo Topo.

Bertrand, C.J. (1992): *La Televisión en Estados Unidos ¿Qué nos puede enseñar?.* Madrid:

ediciones RIALP.

Boeckmann, A.; Lovink, G. y García, D. (2001): *The GHI of Tactical Media*. Berlín. Recuperada el 20/04/2008 de <http://www.uoc.edu/artnodes/eng/art/broeckmann0902/broeckmann0902.html>

Bourdon, J. (2004): “Is television a global medium? A historical view”, en T. G. Oren y P. Petro (eds.): *Global Currents: media and technology now*. New Jersey: Rutgers. Pgs. 93 – 112

Boyle, D. (1995): “Guerrilla Television”, en P. d'Agostino y D. Tafler (ed.) *Transmission. Toward a Post-Television Culture*. Thousand Oaks: Sage. Pgs. 151 – 163

Boyle, D. (2000): “Un epílogo para la Guerrilla TV”, en *Acción Paralela*, nº 5. Accesado el 19 de mayo de 2008. URL: <http://www.accpa.org/numero5/guerrilla.htm>

Brecht, B., (1976) “Teoría de la radio (1927 - 1932)” en J. Goded (de.): *Los medios de comunicación colectiva*. México: Facultad de ciencias políticas y sociales de la Universidad Autónoma de México.

Brieger, P. (2002): “De la década perdida a la década del mito neoliberal”, en: J. Gambina (ed.): *La globalización económico-financiera. Su impacto en América Latina*. Buenos Aires: Clacso.

Britto García, L. (2004): *Investigación de unos medios por encima de toda sospecha*. Caracas: Fondo editorial Questión.

Britto García, L. (2006): “El día que CONATEL derogó la Ley Resorte”, publicado en *Aporrea* el 20 de enero de 2006. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.aporrea.org/medios/a18992.html>

Buske Group (s/f): *PEG Access Basics*. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: http://www.buskegroup.com/PEG_Access_Basics.pdf

Burch, S. (2003): *El reto de articular una agenda social en comunicación*. Conferencia del III Foro Social Mundial en Porto Alegre. Recuperada el 20/04/08 en:

http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=1498

Bustamante, E. (2002): “Nuevas fronteras del servicio público y su función en el espacio público mundial”, en J. Vidal – Beneyto (ed): *La Ventana Global* (pp. 181- 193). Madrid: ediciones Taurus.

Bustamante, E.(2005): “Políticas de comunicación y cultura: el servicio público de radiotelevisión”. *I Conferencia internacional sobre políticas culturales*. 14 y 15 de noviembre de 2005 (Bilbao). Accesado el 17 de junio de 2008. URL: http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-6614/es/contenidos/informacion/conferencia_politica_culturale/es_10312/adjuntos/ponencia_bustamante_cas.pdf

Bustamante, E. (2008a): *La batalla de la comunicación* en *Le Monde Diplomatique* – versión peruana. Marzo, 2008 Pgs 6 – 8. Accesado el 17 de marzo de 2008. URL: http://www.eldiplo.com.pe/files/lmd_marzo_2008.pdf

Bustamante, E. (2008b): *La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad*. Madrid: Fundación Alternativas. Documento de trabajo n° 129/2008. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: http://www.falternativas.org/content/download/5791/165761/version/1/file/52fe_26-03-08_doc129.pdf

CAC (Consell de l’Audiovisual de Catalunya) (2006): *Informe en relació amb l’oferta tècnica continguda al sobre B presentada pels licitadors en el procés d’adjudicació de la concessió en règim de gestió indirecta per particulars per a l’explotació del servei públic de televisió digital local (expedient 11/A/2006) emès d’acord amb el que disposa la lletra c de l’article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l’Audiovisual de Catalunya*. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.audiovisualcat.net/recerca/informeTDT21-06-06.pdf>

Capriles, O. (1980): “¿Política de comunicación o comunicación alternativa? ”. *Revista Ininco* . Vol 1 - N 1. Tercer trimestre, 1980. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://www.revele.com.ve//pdf/revista_ininco/vol1-n1/pag52.pdf

Capriles, O. (1982): “Venezuela: las enseñanzas del proyecto RATELVE”, en: E. Fox y H. Schmucler (coord.): *Comunicación y Democracia en América Latina*. Lima: DESCO. Pgs. 117 – 152.

Capriles, O (1986): “Venezuela: ¿Política de comunicación o comunicación alternativa?”, en M. Simpson Grinberg (coord.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México, Premia. Pgs. 171 – 185.

Carmona, E. (2007): *Los amos de la prensa*. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: <http://www.pieldeleopardo.com/modules.php?name=News&file=article&sid=3449>

Carracedo, D. (2007): *Informe sobre 236 clausuras, revocaciones y no renovaciones de Radio y TV en 21 países del mundo, incluyendo EEUU y Unión Europea*. Valencia – Centro de Estudios Políticos y Sociales. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://www.ceps.es/actividades/investigacion/venezuela/Informe_sobre_revocacion_RCTV.pdf

Carreras, Ll. De (2000): “El control democràtic de la televisió”, en: M. Corominas y M. de Moragas (eds.): *Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Pgs. 359 – 369

Cassigoli, A.(1986): “Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs. 63 – 72

Cebrián, M. (2003): “Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos”. *Revista Latina de Comunicación Social*. Año 6º - número 53. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200353cebrian.htm>

Cegarra, M (2005): “¿Qué le pasó a Pasquali?”, publicado en *Palabra y Media* Año 1 - Nro 6, p.10 <http://www.leyresorte.gob.ve/Documentos/Hoja%20por%20Hoja.pdf>

Cesareo, G. (1979): “Comunicación alternativa y modo de producción en relación con el aparato radiotelevisivo”, en J. Vidal - Beneyto (Ed.): *Alternativas Populares a las comunicaciones de*

masas. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pgs. 315 – 324.

Chaderton, R. (2003): *Discurso ante la XXXIII Asamblea General de la OEA*, leído el 9 de junio de 2003 en Santiago de Chile. Accesado el 1º de junio de 2008. URL: <http://www.oas.org/speeches/speech.asp?sCodigo=03-0062>

Chalmeta, F. (2006): “Tercer sector. La oportunidad de una nueva legislación: Renovarse o sucumbir” en *Diagonal* N° 24 (16 de febrero al 1º de marzo) Pg. 14. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.sinantena.net/textos/12y13y14diagonal24-web.pdf>

Chaparro, M. (1998): “El futuro de las radios y televisiones locales en el panorama público y alternativo” en: *Radiotelevisión pública local y alternativa. Perspectivas*. Jerez de la Frontera: Ayuntamiento de Jerez. Pgs. 107 – 131.

Chaparro, M. (1999): “Los peligros de la globalización y sus desafíos futuros”, en: *La democratización de los medios*. Sevilla: EMARTV. Pgs. 81 – 110.

Chaparro, M. (2004): “Mediacentro. La propuesta de comunicación participativa para las ciudades y los barrios de la red EMA RTV”, en V. Marí Sáez (ed.): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid: Editorial Popular. Pgs. 137 – 153

CIDH (Comisión Interamericana de Derechos Humanos) (2004): *Relatoría para la libertad de expresión hace pública carta enviada al Canciller de la República Bolivariana de Venezuela en referencia al “Proyecto de ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión”*. Comunicado de Prensa 111/04 publicado el 26 de octubre de 2004. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.cidh.org/relatoria/showarticle.asp?artID=287&IID=2>

CITEL (Comisión Interamericana de Telecomunicaciones) (2005): *Guía de implementación de radiodifusión de televisión terrenal digital*. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: http://www.citel.oas.org/sp/ccp2-radio/TV%20Digital/P2!R-0811p1r2_e.pdf

CL (Corporación Latinobarómetro) (2005): *1995 – 2005: Diez años de opinión pública*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.

CL (Corporación Latinobarómetro) (2007): *Informe Latinobarómetro 2007*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.

Clua, A. (2006): *De las radios libres al Tercer Sector Audiovisual*. Conferencia en el I encuentro de la Red Estatal de Medios Comunitarios (Santiago de Compostella). Recuperado el 20/04/08 de: http://www.medioscomunitarios.net/files/regulacion_tsa.doc

Clua, Anna (2008): “El servicio público de comunicación”, en *El País*. 06 de marzo de 2008. Accesado el 17 de mayo de 2007. URL: http://www.elpais.com/articulo/cataluna/servicio/publico/comunicacion/elpepiespcat/20080306elpecat_3/Tes/

Clua, A.; Fernández, M.; García, J. (2006): “Medios sin ánimo de lucro en la regulación del audiovisual. El caso de España: del vacío legal al espacio marginal”. Texto elaborado a partir de la ponencia presentada en el *I Congreso Nacional de Pensamiento Crítico, Comunicación y Cultura* (organizado por Ulepicc). Sevilla: 17 de Noviembre de 2006. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://www.medioscomunitarios.net/files/remc_para_eptic.doc

Cohen, J. (2002): *La concentración de los medios de comunicación en Estados Unidos*. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=996

Comedia Group (1984): “The Alternative Press: The Development of Underdevelopment”, en *Media Culture and Society* N°6. Pgs. 95 – 102.

CONAC (1975): *Diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano*. Comisión Preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura. Comité de Radio y Televisión. Caracas: CONAC.

CONATEL (2005a): “I Foro de Responsabilidad Social culminó exitosamente”. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.conatel.gov.ve/noticia.asp?numn=1364>

CONATEL (2005b): *Indicadores de telefonía fija y telefonía móvil, 1997 – 2005*. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL:

http://www.conatel.gov.ve/indicadores/Indicadores2005/indicadores/indice_anual.htm

Constanza, S. (2006) : *La lucha ciudadana contra las grandes empresas mediáticas*. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: http://www.movimientos.org/show_text.php3?key=6168

Costa, P.O. (1986): *La crisis de la televisión pública*, Barcelona: Paidós.

D'agostino P. y Tafler, D. (eds) (1995): *Transmission. Toward a post – television culture. Introduction* (2° edición). California: Sage, Pgs I – XXV.

Dayan, D. (1997): *En busca del público*. Barcelona: Gedisa.

Deronne, T. (2005b).: “El espectro radioeléctrico es patrimonio público”. Entrevista a Thierry Deronne”, publicado en *Momarandu* el 26 de junio de 2005. Accesado el 1° de junio de 2008. URL: <http://www.momarandu.com/amanoticias.php?a=3&b=0&c=40934>

DDTV 1 (s/f): *The Opening Series*. Accesado el 19 de mayo de 2008. URL: <http://www.deepdishtv.org/Series/Default.aspx?id=1>

DDTV 2 (s/f): *History*. Accesado el 26 de mayo de 2008. URL: <Http://www.deepdishtv.org/publicaccess.htm>

De Certeau, M. (1996): *La invención de lo cotidiano. Vol 1. Artes del hacer*. México: Universidad Iberoamericana (2° edición).

Downing, J. (1984): *Radical media: the political experience of alternative communication*. Boston: South End Press.

Downing, J. (2001a): *Radical Media: rebellious communication and social movements*. California: Thousand Oaks.

Downing, J. (2001b): "The Seattle IMC and the Socialist Anarchist Tradition". Washington DC: ICA Preconference May 24, 2001b. URL: <http://www.ourmedianet.org/papers/om2001/Downing.om2001.pdf>

Dubois, F. y Langlois, A. (ed.) (2005): *Autonomous Media. Activating Resistance & Dissent*. Québec: Cumulus press.

Eco. U. (1980): “Una nueva era en la libertad de expresión”, en Ll. Bossets (de): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli. Pgs. 213 – 230.

Eekhout, B. (2004): “Venezuelan Community TV. Interview With Blanca, Director of Vive”, publicado en *Z Magazine* el 6 de septiembre de 2004. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: <http://www.zmag.org/znet/viewArticle/7914>

El Pais (2005a): *Aguirre adjudicó las licencias de televisión digital sin pedir un informe preceptivo*. 6 de agosto de 2005. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: http://www.elpais.com/articulo/espana/Aguirre/adjudico/licencias/television/digital/pedir/informe/preceptivo/elpporesp/20050810elpepunac_7/Tes

El Pais (2005b): *Las televisiones locales solicitan un hueco dentro de las televisiones digitales terrestres*. 17 de noviembre de 2005. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: http://www.elpais.com/articulo/internet/televisiones/locales/solicitan/hueco/dentro/televisiones/digitales/terrestres/elpeputec/20051117elpepunet_5/Tes

EMARTV (2000): *Conclusiones del Tercer Congreso de radios y televisiones locales públicas y alternativas*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.emartv.com/cont/1843?nid=300>

EMARTV (2005): *Conclusiones del Quinto Congreso de radios y televisiones públicas, locales*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.emartv.com/cont/1845?nid=300>

Engelman, R. (1996): *Public Radio and Television in America: A Political History*. California: Sage Publications.

Enzensberger, H. M. (1974): *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona : Anagrama (2º edición en castellano).

EUA (Estados Unidos de América) (1977): *La Declaración de Independencia : la Constitución de los Estados Unidos de América*. S.I. : Servicio Cultural e informativo de los Estados Unidos.

Exeni, J.L. (1998): *Políticas de comunicación. Retos y señales para no renunciar a la utopía*. La Paz: Plural Editores/Friedrich Ebert Stiftung.

Falconi, F. (2005): “Catia TV: no vea televisión, Hágala”, publicado en *Voltaire* el 16 de septiembre de 2005. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: <http://www.voltairenet.org/article128116.html>

Fernández, I.; Corominas, M.; Bonet, M.; Guimerà, J.A.; Sanmartín, J. (2006): “Políticas de implantación de la TDT local en España (2005-2006): los casos de las comunidades autónomas de Islas Baleares, Madrid, Navarra, Región de Murcia, Comunidad Valenciana, Galicia, Cataluña y Aragón”. *IX Congreso Iberoamericano de Comunicación*, noviembre 2006, Sevilla – Cádiz. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.hapaxmedia.net/ibercom/pdf/FernandezAlonsoIsabel.pdf>

Flichy, P. (1981): “La explosión del monólogo. Las radios paralelas en la Europa occidental”, en Ll. Bassets (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981. Pgs. 180 – 188.

Freepress (s/f): *Communications Opportunity, Promotion, and Enhancement (COPE) Act of 2006*. Accesado el 18 de junio de 2008. URL: <http://www.freepress.net/node/29854>

Fuenzalida, V. (1983): *Transformaciones en la estructura de la TV chilena*. Santiago de Chile: CÉNECA.

Gaido, M. (1981): “Los orígenes: la FM, los disc-jockeys y las radios piratas”, en Ll. Bassets (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gili. Pgs. 157 – 179.

García, G. (2006): “Okupem les ones per un Tercer Sector”, en *La Directa* N°1, abril 2006

García - Canclini, N. y Roncagliolo, R. (eds.) (1988): *Cultura transnacional y culturas populares*. Lima, IPAL.

García - Canclini, N. (1989): *Las culturas populares y el capitalismo*. México, Nueva Imagen.

García García, J. (2006): “Concesiones digitales”, en *Diagonal* n° 23, del 2 al 15 de febrero. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.diagonalperiodico.net/article206.html>

García Leiva, M.T. (2006a): “Políticas europeas de televisión digital terrestre. Antecedentes, caracterización y alternativas” en *Revista Latina de Comunicación Social* n° 62. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200604leiva.htm>

García Leiva, M.T.: (2006b): “La introducción de la TDT en España en el contexto de la política europea para la transición digital en televisión” en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, EPTIC*. Vol. VIII, n. 1, ene. – abr. 2006. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VIII,n.1,2006/MariaTrinidadLeiva.pdf>

Gilder, G. (1994): *Life after television : the coming transformation of media and american life*. New York : W.W. Norton & Company.

Girard, B. (2005): “Re: Chavez TV: Respuesta de Antonio Pasquali”, crisal@comunica.org [Lista de correo] 4 de agosto. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://comunica.org/pipermail/crisal_comunica.org/2005-August/001155.html

Gonzaga Mota, L. (1987): “La práctica de la planificación participativa en los movimientos populares” en: *Actas del Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – FELAFACS: Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: Ediciones Gili. Pgs. 191 – 215.

González, A. (2005): “Dificultades en la Implantación de la Televisión Digital Terrestre en España. El Modelo Europeo” en *Razón y Palabra*, N°45. Accesado el 16 de mayo de 2008. URL: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n45/agonzalez.html>

Goodman, A. (2007): *The FCC's Christmas Gift to Big Media*. Accesado el 26 de mayo de 2008. URL:

http://i2.democracynow.org/blog/2007/12/29/the_fccs_christmas_gift_to_big_media

Graziano, M. (1980): “Para una definición alternativa de la comunicación”, en ININCO. Vol 1 - N 1. Tercer trimestre. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://www.revele.com.ve//pdf/revista_ininco/vol1-n1/pag71.pdf.

Guattari, F. (1980): “Las radios libres populares”, en Ll. Bossets (ed) *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli. Pgs. 231 – 236

Guillamón, V (2006): “Cada vez se ve más que la comunicación es un arma política y estratégica”, en: Gara, febrero 2006. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.okupemlesones.org/doc/artGara06.pdf>

Guimerà, J. A. (2000): “La televisió local”, en: J. V. Rabadan; M. Bonet; J. Guimerà; M. Moragas; D. Domingo; B. López (eds.): *Observatori de la Comunicació Local. Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Pgs. 213 – 242.

Guimerà, J. A. (2005): “La televisió local: a les portes de la regulació definitiva a través de la TDT”, en J.V. Rabadan; M. Bonet; J. Guimerà; D. Domingo (eds.): *Observatori de la Comunicació Local. Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Pgs. 211 – 229.

Guimerà, J. A. (2006): “La televisió local a Catalunya: un model en profunda transformació”, en *Quaderns del CAC*, n° 26 (septiembre - diciembre), Pgs 141 – 149. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q26guimer_.pdf

Gubern, R. (1979): “Notas sobre el cine clandestino en Catalunya bajo el franquismo” en J. Vidal-Beneyto (ed.): *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Consejo Sup. de Inv. Sociológicas. Pgs. 177 – 180.

Gumucio – Dragón, A.: *La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: púlpito*. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.geocities.com/agumucio/ArtTelevisionComunitaria.html>

Gumucio – Dragón, A. (2003): “Arte de Equilibristas: la Sostenibilidad de los Medios de Comunicación Comunitarios”. Ponencia escrita para la *Cuarta Conferencia Internacional de Comunicación Social: Perspectivas de la Comunicación para el Cambio Social* y el *Tercer Encuentro Our Media/Nuestros Medios*. Universidad del Norte. Barranquilla, 19-21 de mayo de 2003. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.comminit.com/en/node/149680/37>

Habermas, J. (2002): *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. México: Gustavo Gili (Reimpresión de 1981)

Hall, S. (1984): “Notas sobre la desconstrucción de «lo popular»”, en: R. Samuel, (ed.), *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica. Pgs. 93 – 110.

Halleck, D. (2002): *Hand – held visions. The impossible possibilities of the community media*. Nueva York: Fordham University Press, 2002.

Hallin, D. y Mancini, P. (2008): *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer.

Hanada, T. (2002): “Una aproximación conceptual a la esfera pública”, en: J. Vidal-Beneyto: *La Ventana Global*. Madrid: ediciones Taurus. Pgs. 137 – 162.

Hernández, D. (2005): *La libertad de expresión: ¿voces diversas y conciencias críticas o hegemonía mediática?*. Accesado el 20 de abril de 2008. URL <http://www.leyresorte.gob.ve/Documentos/PDFDanielWEB.pdf>

Hernández, L. (2007): “Venezuela: mediocracia y libertad de expresión”, publicado en *La Jornada* el 5 de junio de 2007. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: <http://www.jornada.unam.mx/2007/06/05/index.php?section=opinion&article=023a1pol>

Hernández, R. (2002a): “La Inquisición Mediática”, en *Questión*, julio: 2002. P. 4 y 40.

Hernández, R. (2002b): “Nuevos medios contra viejos golpes”, en *Questión*, agosto: 2002 P. 34 - 35

Hernández, T. (1987): “Usos teóricos y usos comunes: lo popular y la investigación de la

comunicación”, en *Actas del Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – FELAFACS: Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: Ediciones Gili. Pgs. 51 – 72.

Hernández, T. (1988): “Jornadas de Comunicación y Democracia. La Comunicación en los programas de gobierno y los planes de la Nación”. *ININCO*, Vol1- N°1: 1988. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://www.revele.com.ve/pdf/anuario_ininco/vol1-n1/pag141.pdf

Jérez, A. (ed.) (1998): *Trabajo voluntario o participacion? Elementos para una sociología del tercer sector*. Madrid: Tecnos.

Jong, W., Shaw, M. y Stammers, N. (ed.) (2005): *Global activism, global media*. Londres: Pluto press.

Juris, J. (2004): “Indymedia. De la contra información a la utopía informacional”, en: V. M. Marí Sáez (ed): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red*. Madrid: Editorial Popular, Pgs 154 – 194

Kaplún, M. (1985): *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL.

Kaplún, M. (1998): *Una Pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Karam, T. (2001): “Globalización, comunicación y movimientos sociales. Notas para una reflexión a partir de las organizaciones civiles de derechos humanos”, en, F. Quirós, y F. Sierra (eds): *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2001. Pgs. 231 – 259.

Karr, T. (2005): “House Restores \$100M to Public Broadcasting As CPB Taps Fmr. RNC Chair Pat Harrison For President”. Entrevista en *Democracy Now!*, 24 de junio de 2005. Accesado el 26 de mayo de 2008. URL: http://www.democracynow.org/2005/6/24/house_restores_100m_to_public_broadcasting

Katz, Y. (2005): *Media Policy for the 21st Century in the United States and Western Europe*.

Cresskill: Hampton press.

Keane, J. (1991): *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press – Basil Blackwell.

Kellner, D. (1992): “Public - access television and the struggle for democracy”, en: J. Wasko and V. Mosco (eds.): *Democratic Communications in the Information age*. Toronto: Garamond Press, Pgs 100 – 113

Kellner, D. (1996): *Television and the crisis of democracy*. Colorado: Westview Press.

Klein, H. (2005): “Reinventing PEG Access”. *Pre-conference Workshop: “Access Future”*. *Annual Conference of Alliance for Community Media, 2005*. Monterrey, California: 6 - 9 July.

Klein, H. (2006): *Public Access Television. An Institutional Analysis*. Accesado el 26 de mayo de 2008. URL: http://www.ip3.gatech.edu/research/muni_comm/Klein_CMRI_Anstl_Analysis.pdf

King, G., Keohane, R.O. y Verba, S. (2000): *El diseño de la Investigación Social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Madrid: Alianza.

Lambert, R. (2004): “Venezuela: Vive TV o la comunicación al servicio de una nueva ciudadanía”, publicado en *Rebelión* el 04 de septiembre de 2004. Accesado el 1º de junio de 2008. URL: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=4178>

Lara, W. (2004): “Venezuela: Aclare sus dudas sobre la Ley Resorte”, entrevista publicada en *APIA* en diciembre de 2004. Accesado el 8 de junio de 2008. URL: <http://www.apiavirtual.com/2004/12/12/articulo-3807/>

Lemoine, M. (2002): “Laboratorios de la mentira. Quintacolumnismo en las portadas venezolanas. *Questión*: Agosto. Pgs. 7 – 9.

León, O. (2003): *EE.UU.: Triunfo de los monopolios mediáticos*. Accesado el 24 de mayo de 2008. URL: <http://alainet.org/active/3844&lang=es>

Levinson, P. (1997): *The Soft edge : a natural history and future of the information revolution*. London New York: Routledge.

López, B.; Risquete, J.; Castelló, E. (1999): “España: consolidación del modelo autonómico en la era multicanal”, en: M. de Moragas, C. Garitaonandía y B. López (eds): *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona (Servicio de publicaciones). Pgs. 141 – 191.

Lozada, M. (2004): “El ciberciudadano: representaciones, redes y resistencias en Venezuela y América Latina”, en D. Mato (coord.): *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES - Universidad Central de Venezuela, 2004. P. 167-180.

Luhmann, N. (2000): *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.

Lull, J. (1990): *Inside family viewing: ethnographic research on television's audiences*. Londres y Nueva York: Routledge.

Macbride, S. (1980): *Un Solo mundo, voces múltiples. Informe de la Comisión Internacional UNESCO sobre problemas de la Comunicación*. México : Fondo de cultura Económica.

Marí Sáez, V. M. (2001): “De las Banderas al Viento a las Redes Multifformes. Tecnologías de la información, movimientos sociales y cambio social. Contextos, modelos organizativos y estrategias comunicativas”, en F. Quirós y F. Sierra (eds): *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones. Pgs. 211 – 230.

Marí Sáez, V. M. (2004): “Comunicación, redes y cambio social” en V. M. Marí Sáez (coord.): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid: Editorial Popular. Pgs. 23 – 45.

Márquez, R. (2005b): “Nuestro lema es: no vea televisión, hágala”. Entrevista en *Aporrea – EncontrARTE* n° 33, 24 de diciembre de 2005. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: <http://encontrarte.aporrea.org/hablando/33/>

Martín - Barbero, J.M. (1987): “Introducción”, en: *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – FELAFACS. México, Ediciones Gili. Pgs. 9 – 17.

Martín - Barbero, J.M. (2003): *Oficio de cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México, FCE.

Mata, M. C. (1987): “Cuando la comunicación puede ser sentida como propia”, en *Actas del Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – FELAFACS: Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: Ediciones Gili. Pgs. 216 – 229.

Mattelart, A., Biedma, P. y Funes, S. (1971): *Comunicación masiva y revolución socialista*. Santiago de Chile: Prensa Latinoamericana.

Mattelart, A. y Piemme, J.M. (1981): *La televisión alternativa*, Barcelona: Anagrama.

Mattelart, A. y Neveu, E. (2002): *Los Cultural Studies. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

Mayugo, C. (2004): Per un nou sistema de Mitjans. *Illacrua*, mayo. Recuperado el 20/04/2008 de: <http://www.okupemlesones.org/artIllacrua04.php>

Mayugo, C. (2006): “El “tercer sector audiovisual” irrumpe en la agenda política española” en *Pueblos* N° 20, marzo 2006. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.revistapueblos.org/pdf/pueblos20.pdf>

Mayugo, C. y García, J. (2006): “Las radios libres toman la palabra. De expresión ciudadana a manzana de la discordia”, en *Diagonal* N° 24 (16 de febrero al 1° de marzo), pg. 12. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.sinantena.net/textos/12y13y14diagonal24-web.pdf>

McChesney, R. (2002): “Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado”, en: J. Vidal - Beneyto: *La Ventana Global* (eds.) Madrid: ediciones Taurus. Pgs. 233 – 247.

Mc Chesney, R. y Nichols, J. (2003): “Up in Flames: The Public Revolt Against Media Monopoly”. en *The Nation*. 30 de octubre de 2003. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: <http://www.thenation.com/doc/20031117/mcchesney>

McQuail, D. (2006): “Hacen falta nuevas teorías para nuevos tipos de comunicación”. Entrevista del *Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación, INCOM*. Barcelona: España. Accesado el 20 de abril de 2008. URL: http://www.portalcomunicacion.com/esp/aab_ent_det.asp?entrevista=38&id_sub_des=39

Menendez del Valle, E. (2003): “Dramática polarización en Venezuela”, publicado en *Aporrea* el 30 de julio de 2003. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.aporrea.org/actualidad/a4038.html>

Miguel de Bustos, J. C. (2007): “Caracterización de la regulación de la FCC”, en *Zer*, n° 23. Accesado el 25 de mayo de 2008. URL: http://www.ehu.es/zer/zer23/zer23_miguel.htm

MINCI (Ministerio del Poder Popular para la Información y la Comunicación) (2007): El libro blanco sobre RCTV. Caracas: MINCO. Accesado el 31 de mayo de 2008. URL: http://archivos.minci.gob.ve/doc/libro_blanco_RCTV-Web.pdf

Moragas, M. (1979): “El trabajo teórico y las alternativas a los mass media”, en J. Vidal - Beneyto (ed.): *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pgs.63 – 82.

Moragas, M. (1988): *Espais de Comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62.

Moragas, M.; Garitaonandía, C. y López, B. (1999): “Televisión de proximidad en Europa. Razones para el optimismo”, en: M. Moragas; C. Garitaonandía y B. López (eds): *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra: Servicio de publicaciones UAB. Pgs. 15 – 40.

Moragas, M. y Fernández, I (2005): “Les polítiques de comunicació”, en: M. Corominas, M.

Moragas y J. Guimerà (eds.): *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Pgs. 231 – 245.

Munckton, S. (2005): “Venezuela: revolution extends free speech”, publicado en *Green Left online* el 16 de febrero de 2005. Accesado el 8 de junio de 2008. URL: <http://www.greenleft.org.au/back/2005/615/615p17.htm>

Navarro Moreno, J. A. (1999): *La televisión local: Andalucía, la nueva comunicación*. Madrid: Fragua-Medea.

Navarro, E. (2005): “Regular a los medios de comunicación es responsabilidad de los Estados”, publicado en *Voltaire* el 17 de enero de 2005. URL: <http://www.voltairenet.org/article123565.html>

Nethol, A.M. (1982): “Reflexiones acerca de la teoría y acción comunicativas dentro de los procesos de transición a las democracias”, en E. Fox. y H. Schmucler (eds): *Comunicación y democracia en America Latina*. Lima : Desco. Pgs. 235 – 244.

Neveu, E. (2002): *Sociología de los Movimientos Sociales*. Barcelona: Hacer, 2002

Ouellette, L. (1995): “Will the Revolution Be Televised? Camcorders, Activism, and Alternative Television in the 1990s”, en: P. D'agostino y D. Tafler (eds): *Transmission. Toward a post – television culture* (2º ed.). California: Sage. Pgs. 165 – 187.

Paiva, A. (1983): “La comunicación alternativa: sus campos de influencia, sus limitaciones y sus perspectivas de desarrollo”, en F. Reyes Matta (ed.): *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México: ILET. Pgs. 29 – 56.

Pasquali, A. (2006): Entrevista en *La Razón*, 25 de junio de 2006: A5. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.analitica.com/va/politica/opinion/8382917.asp>

Parlamento Europeo (2007): *La situación de los medios de comunicación comunitarios en la Unión Europea. Documento de síntesis*. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/dv/691/691771/691771es.pdf

Pasquinelli, M. (ed.) (2003): *Mediactivismo. Estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Mapa internacional y manual de uso*. Asamblea Florida Este: Buenos Aires. Accesado el 20 de abril de 2008. URL: www.rekombinant.org/docs/Media-Activism-cas.pdf

Pavelka, F. (1979): “La comunicación de carácter comunitario por medios alternativos “, en J. Vidal - Beneyto (ed.): *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pgs. 35 – 48.

PBS (1): *Programming services*. Accesado el 24 de mayo de 2008. URL: http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_prog.html

PBS (2007): *PBS: An Overview*. Accesado el 24 de mayo de 2008. URL: http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_corp.html

Pérez, F. (2008b): *Consulta sobre TVs de proximidad amparadas por la LISI*, correo electrónico a Chiara Sáez (Chiara.saez.baeza@gmail.com), 9 de junio de 2008. Accesado el 18 de junio de 2008.

Peruzzo, C. (1998): *Comunicação nos movimentos populares*. Rio de Janeiro, Vozes.

Picazo, P. (2007): *Políticas de la televisión de proximidad. Una investigación en torno a las televisiones de proximidad*. Trabajo de investigación. Valencia, Departamento de Teoría de los Lenguajes, Universidad de Valencia.

Plans, M. (1980): “Radio España Independiente, la “Pirenaica”. Entre el mito y la propaganda”, en: Ll. Bassets (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli. Pgs. 114-130.

Prado, E. (1980): “El movimiento por la libertad de emisión en España”, en Ll. Bassets (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli. Pgs. 237 – 255.

Prado, E. (1983): *Las Radios Libres. Teoría y práctica de un movimiento*. Barcelona: Editorial Mitre.

Prado, E.; Delgado, M.; García, N.; Larrégola, G. (2000): “La Televisió”, en: M. Corominas y M. de Moragas (eds.): *Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Pgs. 67 – 89.

Prokop, D. (1979): “Esfera de lo público burguesa y esfera de lo público alternativa. Características institucionales y problemas estructurales”, en J. Vidal - Beneyto (ed.): *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pgs. 83 – 94.

Quirós, F. (2001): “Globalización y pensamiento crítico”, en F. Quirós y F. Sierra (eds): *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones. Pgs. 23 – 64.

Quirós, F. y Sierra, F. (eds) (2001): *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones.

Radio Vallecas (2005): *Tele K Resiste*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.nodo50.org/radiovk/phpBB2/viewtopic.phpt=14&start=0&postdays=0&postorder=asc&highlight=>

Reyes Matta, F (1982): “La comunicación alternativa como respuesta democrática”, en E. Fox y H. Schmucler (eds.): *Comunicación y democracia en América Latina*. Lima: Desco. Pgs. 247 - 264.

Reyes Matta, F. (1983): “Consenso del Seminario”, en F. Reyes Matta (ed.): *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México: ILET. Pgs. 239 – 250.

Reyes Matta, F. (1986): “La comunicación transnacional y la respuesta alternativa”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs. 104 – 126

Rheingold, H. (2004): *Multitudes Inteligentes*. Barcelona: Gedisa.

Rifkin, J. (2000): *La era del acceso*. Barcelona: Paidós.

Rivkin, Steven R. (1973): *Cable Television: A Guide to Federal Regulations*. California: The Rand Corporation.

Roberts, J. (1995): “Public access. Fortifying the electronic soapbox”. *Federal Communications Law Journal*. Volumen 47, n°1 (1994 – 1995). Accesada el 19 de mayo de 2008. URL: <http://www.law.indiana.edu/fclj/pubs/v47/no1/roberts.html>

Rodríguez, C. (2001): *Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media*. Cresskill: Hampton Press.

Rodríguez, C. (2004): “The renaissance of citizens’ media”. *Media Development* N°2. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://www.wacc.org.uk/wacc/publications/media_development/2004_2/the_renaissance_of_citizens_media

Roncagliolo, R.; Janus, N y Portales, D. (1982): “Publicidad, economía y democratización de las comunicaciones” en E. Fox. y H. Schmucler (eds): *Comunicación y democracia en America Latina*. Lima : Desco. Pgs. 217 – 231.

Roncagliolo, R (1999): “Las redes de cooperación y la radio comunitaria”, en M. Chaparro (coord.): *La democratización de los medios. Actas del Segundo congreso de radio y televisiones locales, públicas y alternativas*. Sevilla: EMARTV. Pgs. 259 – 268

RSF (2003): *Reporteros sin Fronteras denuncia el cierre de una televisión comunitaria*. Comunicado publicado el 15 de julio de 2003. Accesado el 30 de mayo de 2008. URL: http://www.rsf.org/article.php3?id_article=7517

RSF (2004): *Reporteros sin Fronteras pide a las autoridades que revisen la Ley de responsabilidad social en radio y televisión. Carta a Andrés Izarra, ministro de Telecomunicaciones de la República Bolivariana de Venezuela*, declaración publicada el 20 de

octubre de 2004. Accesado el 2 de junio de 2008. URL:
http://www.rsf.org/imprimir.php3?id_article=11641

RTVE (Consejo de administración de la Corporación) (2007): *Directrices básicas del derecho de acceso*. Acceso el 17 de mayo de 2008. URL:
http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es/oficina/documents/DIRECTRICES_ACCESO_RTVE.pdf

Rucht, D. (2004): “The quadruple 'A': Media strategies of protest movements since the 1960s”, en: W.V. de Donk, B.D. Loader, Paul G. Nixon y D. Rucht (ed.): *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. Londres, Routledge. Pgs. 29 – 56. Sparks, C. (1992): “Raymond Williams and the theory of democratic communication”, en: S. Splichal y J. Wasko (de): *Communication and Democracy*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation. Pgs. 69 – 86.

Sadaba, I. y Roig, G. (2004): “Nodo 50. Territorio virtual para los movimientos sociales y la acción política”, en V. Marí Sáez (Coord.): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid, Editorial Popular. Pgs. 195 – 234.

Sáez, Ch. (2005): “Seguridad ciudadana y conflictos sociales. Cobertura y tratamiento en la TV”, en M. Cerbino (ed.): *Violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana*. Quito: Flacso – Ecuador. Pgs. 21 – 49.

Salvador, M. y Camisón, J. (2001): “El Consejo Audiovisual de la comunidad de Madrid y la comisión técnica audiovisual” en G. Escobar Roca (ed.): *El Derecho de la Televisión. Situación y perspectivas de la comunidad de Madrid*. Madrid: Dykinson.

Sanoja, M y Vargas, I. (2003): “Cultura, educación y defensa nacional. Organizar la ciudadanía para defender valores, forma de vida y territorio nacional”. *Questión*, Abril: 2003. Pgs. 4 – 5

Santaolalla, F. (2001): “La televisión pública: el ente público radio televisión Madrid”, en: G. Escobar Roca (ed.): *El Derecho de la Televisión. Situación y perspectivas de la comunidad de Madrid*. Madrid: Dykinson.

Sastre García, Cayo (1997): *Transición y desmovilización política en España (1975 - 1978)*. Valladolid: Secretariado de Publicaciones e Intercambio Científico, Universidad de Valladolid.

Schiller, N. (2005): *No Veá Television, Hágala: The Secret of Community Television in Caracas Venezuela*. Prepared for the Latin American Research Workshop at the New School. New York University, October 27th, 2005 (manuscrito).

Scott, J. (2003): *Los Dominados y el arte de la resistencia*. México: Era.

Segovia, A.I. (2001): “Aviso para navegantes. Concentración y privatización de las comunicaciones en Estados Unidos”, en: F. Sierra y F. Quirós (eds): *Comunicación, Globalización y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Pgs. 93 – 133.

Servaes, J. y Malikhao, P. (2005): “Participatory communication: the new paradigm?”. en O. Hemer y T. Tufte (ed.): *Media and glocal change. Rethinking communication for development*. Buenos Aires – Suecia: Nordicom – Clacso Books. Pgs. 91 – 103.

Sierra, F. (2004): “Sociedad de la información y movimientos sociales. Alternativas democráticas al modelo de desarrollo social dominante”, en V. Marí Sáez (Coord.): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid: Editorial Popular. Pgs. 91 – 115.

Simpson Grinberg, M. (1986a): “Introducción. Comunicación alternativa: Tendencias de la investigación en América Latina”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs 23 – 57.

Simpson Grinberg, M. (1986b): “Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades”, en M. Simpson Grinberg (ed.): *Comunicación alternativa y cambio social*. México: Premia. Pgs. 140 - 155

Soyuz i Penya Roja, L. (2007): *COM és possible? Un tomb pels límits de la democràcia mediàtica*. Barcelona: Comunicant y ECOS SCCL.

SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) (2004): *Duro cuestionamiento de la SIP a la Ley de contenidos de Venezuela*, declaración publicada el 7 de diciembre de 2004. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.sipiapa.org/espanol/pressreleases/srchcountrydetail.cfm?PressReleaseID=1263>

Sosa, V. (2005): "Los medios, la réplica y los completos", publicado en *La Cuadrilla* Año 1 N°2. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: http://www.documentalistas.org.ar/nota-boletin.shtml?sh_itm=b8de57ff60833ca12c40909476c25d82

Sparks, C. (1992): *Raymond Williams and the theory of democratic communication*, en: S. Splichal y J. Wasko (de), *Communication and Democracy*. New Jersey (NY): Ablex Publishing Corporation. Pgs. 69 – 86.

Stein, L. (2001): "Access Television and grassroots political communication in United States", en: J. Downing (ed): *Radical Media*. Thousand Oaks: Sage. Pgs. 299 – 325.

Sunkel, G. (1984): *Razón y Pasión en la prensa popular*. Santiago: ILET.

Tactical Media Group (2006): *Telecommunications Legislation Toolkit version 1.0*. Accesado el 26 de mayo de 2008. URL: http://www.cpcs.umb.edu/%7Edanielle/telecompolicytoolkit_v1.pdf

Tamayo, E. (2005): *Globalización, comunicación y movimientos sociales*. Accesado el 18 de junio de 2008. URL: http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=5932

Tele K (1) (s/f): *El movimiento asociativo y vecinal*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.vallecas.org/historia/movimientoasociativo.htm>

Tele K (2) (s/f): *Tele K: un modelo de televisión independiente y comunitario en España*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.vallecas.org/telek/queestelek.html>

Tele K (3) s/f: *Desarrollo del proyecto*. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.vallecas.org/fedekas/desarrolloproyecto.html>

Thompson, E.P. (1981): *La miseria de la teoría*. Barcelona: Crítica.

Thompson, J. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Thornton, B.; Walters, B. y Rouse, L. (2006): "Corporate media is corporate America", en P. Phillips (ed.): *Censored 2006 : The Top 25 Censored Stories*. New York: Seven Stories Press. Pgs. 245 - 262.

Thwaites Rey, M. (1994) : "La Noción Gramsciana de hegemonía en el convulsionado fin de siglo", en L. Ferreyra, E. Logiudice y M. Thwaites Rey (eds.): *Gramsci: Mirando al sur. Sobre la hegemonía de los 90*. Buenos Aires: K&ai Editor. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: http://catedras.fsoc.uba.ar/thwaites/grams_94.pdf

Tridish, P. y Redden, D. (s/f): *A media activists guide to the FCC*. Accesado el 14 de mayo de 2008. URL: : http://oldsite.prometheusradio.org/media_activists_guide.shtml

Tucho, F. (2006): "El Movimiento de Reforma de los Medios en Estados Unidos". *Pueblos* n° 20. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: <http://www.revistapueblos.org/spip.php?article364>

URCM (Unión de Radios Culturales de Madrid) (2005): *Anteproyecto de Ley General Audiovisual*. Accesado el 18 de mayo de 2007. URL: http://www.comunicaciondigna.org/article.php3?id_article=27

Urretavizcaya, M. (2002): "Internet versus Televisión: encuentros y desencuentros en el camino de la convergencia", en *Mundaíz* n° 63. Pgs. 47 – 62.

Vargas, I. (2002): "¿De quién es la cultura? Evitar una ley que sólo se ocupe de la organización burocrática". *Questión*, octubre: 2002. P. 10 - 11

Vidal - Beneyto, J. (1979): "Introducción", en: *Alternativas Populares a las comunicaciones de masas* (ed.). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pgs IX - XLIVL

Vilches, L. (1996): "The media in Spain" en T. Weymouth & B. Lamizet: *Markets & Miths*.

Forces for change in the European Union. New York: Norman Publishing.

Vilches, L. (2008): *Problemas teóricos de la representación de la imagen en el contexto de la comunicación alternativa*. . Correo electrónico a Ch. Sáez (chiara.saez.baeza@gmail.com), 14 de junio de 2008. Accesado el 17 de junio de 2008.

Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (2004): *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Continente.

Waisword, S. (2001): *Family tree of theories, methodologies and strategies in development communication: convergences and differences*. Nueva York: Rockefeller Foundation. Accesado el 14 de junio de 2008. URL: www.comminit.com/pdf/familytree.pdf

Waltz, M. (2005): *Alternative and Activist media*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Wolton, D. (2002): “Internet: entre instrumento económico y proyecto político”, en J. Vidal – Beneyto, J.: *La Ventana Global*. Madrid: ediciones Taurus. Pgs. 119 – 135.

Wright, S. (2004): “Informing, communicating and ICTs in contemporary anti-capitalist movements” en: W.V. de Donk, B.D. Loader, Paul G. Nixon y D. Rucht (ed.): *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. Londres, Routledge. Pgs.77 – 93.

Yin, R.K. (1994): *Case study research : design and methods* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.

Zubero, I. (2004): “Conocer para hacer: la tarea cultural de los movimientos sociales”, en V. Marí Sáez (Coord.): *La Red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid, Editorial Popular. Pgs. 59 – 75.

Referencias legales

BOCG (2005): *Previsiones acerca de la elaboración de la llamada Ley Audiovisual (Ley General de Radio y Televisión) y la inclusión en la misma de un tercer sector audiovisual*. Boletín Oficial de las Cortes Generales, Serie D General nº 201, p. 88. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/BOCG/D/D_201.PDF

BOE (1978): *Constitución Española*. Boletín Oficial del Estado, n° 311.1. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www.boe.es/boe/dias/1978/12/29/pdfs/A29313-29424.pdf>

BOE (1995): *Ley 41/1995 de 22 de diciembre, de televisión local por ondas terrestres*. Boletín Oficial del Estado n° 309. Accesado el 18 de mayo de 2008. URL: <http://www.boe.es/boe/dias/1995/12/27/pdfs/A36940-36944.pdf>

BOE (2007): *Ley 56/2007 de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información*. Boletín Oficial del Estado n° 312. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: http://www.congreso.es/constitucion/ficheros/leyes_espa/1_056_2007.pdf

GO (2000): *Ley Orgánica de Telecomunicaciones*. Gaceta Oficial N° 36.970. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: http://www.tsj.gov.ve/legislacion/LT_ley.htm

GO (2002): *Reglamento de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro*. Publicado en Gaceta Oficial N° 37.359. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: http://www.conatel.gov.ve/downloads/marco_legal/ReglaAbiertadeSP.zip

GO (2004): *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*. Gaceta Oficial N° 38.081. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.tsj.gov.ve/gaceta/diciembre/071204/071204-38081-01.html>

GOE (2000): *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453. Accesado el 2 de junio de 2008. URL: <http://www.tsj.gov.ve/legislacion/constitucion1999.htm>

Entrevistas personales

Andrade, Denisse: entrevista realizada el 15 de septiembre de 2005

Chaparro, Manuel: entrevista realizada el 2 de octubre de 2007

Deronne, Thierry (2005a): entrevista realizada en febrero de 2005

Dragnic, Olga (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Eeckhout, Blanca (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

García, Javier: entrevista realizada el 1 de febrero de 2008

Hollar, Julie: entrevista realizada el 22 de septiembre de 2005

Jourdan, Brandon: entrevista realizada el 12 de septiembre de 2005

Kinoy, Peter: entrevista realizada el 13 de septiembre de 2005

Lucas, Marty: entrevista realizada el 15 de septiembre de 2005

Mago, Sheyla (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Márquez, Ricardo (2005a): entrevista realizada en febrero de 2005

Mayugo, Carme: entrevista realizada el 15 de noviembre de 2007

Moreno, Abraham. (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Nogueira, Ana.: entrevista realizada el 22 de septiembre de 2005

Pérez, Francisco: entrevista realizada el 1 de febrero de 2008

Picazo, Patricia: entrevista realizada el 1 de febrero de 2008

Pinto, Fernando (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Saldivia, José Luis (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Zavala, Wilmar (2005): entrevista realizada en febrero de 2005

Sitios web:

Adbusters: <http://www.adbusters.org/home/>

Association of public television stations: <http://www.pts.org/>

Consume hasta morir: <http://www.consumehastaamorir.com/>

Deep Dish TV: <http://www.deepdish.org/>

Democracy Now!: <http://www.democracynow.org/>

Downtown Community Television: <http://www.dctvny.org>

Fairness and Accuracy in Reporting: <http://www.fair.org>

Free speech TV: <http://www.freespeech.org>

Free Press (Campaña por la Reforma de los medios): <http://www.freepress.net/>

La Tele: <http://www.okupemlesones.org>

Manhattan Neighborhood Network: <http://www.mnn.org/>

New York State Council of Arts: <http://www.nysca.org/>

Paper Tiger TV: <http://www.papertiger.org>

Save the Internet Campaign: <http://www.savetheinternet.com/>

Save the Public Access Campaign: <http://saveaccess.org/>

Tele K: <http://www.vallekas.org>

United States Department of Treasury. Internal Revenue Service:
<http://www.irs.gov/charities/charitable/article/0,,id=155030,00.html>

Yomango: <http://www.yomango.net/es/index.php>

Películas:

Llaguno. Claves de una masacre (2004): Película dirigida por Ángel Palacios, Venezuela.
Panafilms [DVD]