VENEZUELA - La construcción del mensaje alternativo para los medios populares de comunicación

Víctor Manuel Rodríguez

Lunes 3 de agosto de 2009, puesto en línea por Barómetro Internacional

La gestión, propuesta, estructuración y desarrollo de las diversas programaciones de los medios comunitarios de comunicación, sean éstos radiales, televisivos, impresos, digitales o de cualquier otra índole, deben estar signados por la participación activa y efectiva de la comunidad.

La comunidad organizada en los mas diversos frentes de acción deberá ser quien actúe de forma coordinada y armónica con los articuladores técnicos en los diversos rubros para estudiar, diagramar y conformar la ruta temática que venga a satisfacer las necesidades comunicacionales del sector y a su vez, explote los conocimientos adquiridos por la comunidad durante generaciones para que sean devueltos mediante las herramientas comunicacionales adecuadas, a los nuevos y nuevas integrantes de la colectividad y mas allá, a la comunidad global mediante la utilización de las nuevas tecnologías.

En una sociedad participativa, la comunicación no puede escapar a esta acción de involucramiento total y de aprendizaje constante sobre los por qué y los para qué de los medios de comunicación, máxime si hacen vida en el seno de sus colectividades, para lo cual estos deben estar volcados a la satisfacción de sus necesidades, sobre la base de parámetros claros de desarrollo social, gestación de una conciencia social plena e integral, para que se puedan crear medios no meramente alternativos a un sistema perverso de capital con micrófono, sino realmente comunitarios y populares.

Estas iniciativas deberán estar permanentemente articuladas con los productores independientes, los técnicos en las diversas disciplinas que hacen la prestación efectiva de los servicios de comunicación -cualquiera sean éstos- pero por sobre todo, deben responder a un debate social y político de fondo, que transversalice todos los demás aspectos y que le dé un sentido transformador al hecho comunicacional.

Se trata pues de una revolución en el sentido de transformar el cómo se producen esos mensajes, la definición clara de cuáles son sus objetivos mediatos e inmediatos, al tiempo que se planifica con el involucramiento de la mayor cantidad de actores sociales de la comunidad, la forma y la manera que esos mensajes estarán llegando a los integrantes de la comunidad, de acuerdo a sus necesidades y sobre la base de las potencialidades que cada uno podrá explotar para socializar sus conocimientos.

Se transforma así a la herramienta de comunicación en un hecho cultural transformador, no solamente difusor de mensajes aislados, sino constructor de un lenguaje propio, complementario con los demás mensajes que emanen las otras comunidades y que en conjunto puedan dar vida a una verdadera red de comunicación comunitaria y alternativa a la comunicación comercial, transculturizante, alienante y promotora del consumismo voraz, de la mano del irrespeto a los mas elementales valores de una convivencia social armónica y con proyección hacia una sociedad sustentable y de iguales.

Víctor Manuel Rodríguez es de Corresponsales del pueblo.