

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 Ali, 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 vídeo, 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: enfatizan 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 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 trabajó 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,

los 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 (1995) “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 publico 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 audiovisualistas, 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 emergió 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)

Las 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

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.freepress.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 (Fainess 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 suponía 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 (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 facilitan 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 este tipo de organizaciones están prohibidas de conducir actividades de campaña política para

²⁸ <http://www.nysca.org/>

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 en el 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 para competir con televisión de cable. Sin embargo, dicen que el proceso local

²⁹ <http://www.irs.gov/charities/charitable/article/0,,id=155030,00.html>

de otorgamiento de una franquicia es demasiado gravoso, que podría tomar décadas negociar miles de franquicias locales. Esta cuenta 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 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. M. Lucas, op. Cit.

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 complementa 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. Esto último, 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 (US\$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 US\$10.000 – 14.000 anuales para gastos de operación (expensas, soporte). En el 2003 se le entregaron US\$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 US\$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, una de las más pobres de la ciudad.

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 2001, 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), entendiéndolo por 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 participe 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 cómo 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 imitaciones 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 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 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, si no que soy de la idea de

³⁶ Como nota curiosa, cabe señalar que en mayo de 2008 esta carta ya no estaba disponible en el sitio web de AMARC.

que 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 menor 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 aun 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 obligan 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 media 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 en 40 y 49% (MINCI, 2007).

Particularidades del soporte televisivo

Soporte y Alcance

Catia 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, Altagracia, 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 Catia 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 Catia 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 el 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 inglés] (Schiller, 2005: 25)

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 tu 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 cotidianeidad 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 tu dices que hay una apertura, que no vamos a vender nuestras empresas principales, cuando tu 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)

Aunque también es cierto que este énfasis en el tiempo de la reflexión puede ser difícil de asimilar desde la lógica más tradicional del consumo televisivo, que 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 conrahegemónico, 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 mas 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 (Saldívia, 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 lleva 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 fungen como facilitadores del empoderamiento de las comunidades, cuyo horizonte último es convertirlas en emisores autónomos. 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 relacionada 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 emisores, 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 un escuela que esta 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 mas 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, si. 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 si 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 República 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 solo 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, esta 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 respecto 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, tu no lo harías de esa manera, tu 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 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 comunitarios 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 a 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, encuentro internacionales) La oposición “cultural” de los intelectuales, los profesionales de la comunicación y los sectores de medios en general al proceso político.
Particularidades del 3º 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, Poble Nou).</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 para 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 páginas web)</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 entretenimiento 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 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 assemblearios, 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 de 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 FreespechTV	
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	FreespeechTV 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	Golpe de Estado contra Presidente Chávez Miembros de CatiaTV y otros medios comunitarios retomaron la señal del canal estatal durante el golpe de Estado.
2002		Etapas de consolidación de la Campaña por la Reforma de los Medios (2002 en adelante)	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

<p>2003</p>	<p>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</p>	<p>Inicio de la guerra de Irak (sigue hasta hoy)</p>	<p>Paro petrolero</p> <p>Clausura de Catia TV por Alcaldía Mayor de Caracas de tendencia opositora</p> <p>Ministerio de Cultura cede por 50 años un edificio abandonado a Catia TV en su zona de emisión</p> <p>Lanzamiento 2º etapa Catia TV</p> <p>Inauguración Vive TV</p>
<p>2004</p>	<p>11-M: Atentado de Atocha</p> <p>Elecciones Generales. Después de 8 años de gobierno del Partido Popular, el Partido Socialista gana las elecciones.</p>	<p>Bush realiza profundos recortes al presupuesto de la TV pública, provocando una movilización de protesta a nivel nacional</p> <p>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.</p> <p>Deep dish TV inicia el proyecto <i>Shocking & Awful</i></p>	<p>Referendum presidencial</p> <p>Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión</p>
<p>2005</p>	<p>Relanzamiento de la televisión digital terrestre. Se convierte a la televisión local en la punta de lanza del proceso.</p> <p>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 del Pluralismo</p>	<p>Deep Dish produce el documental <i>Fallujah</i>, en un trabajo conjunto entre videistas iraquíes y estadounidenses.</p>	<p>Inauguración de Telesur</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 e 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>Se aprueba la Ley de Impulso de la Sociedad de la</p>		<p>Fin de la concesión de televisión abierta a RCTV</p> <p>Inauguración de un nuevo canal público de carácter social: Tves</p> <p>Referendum constitucional</p>

	<p>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>	
2008	<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, este 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 pregonaba 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	Catia 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 si 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 si 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 base 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 las 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 el 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 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 existencia 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 clave de la sustentabilidad según casos:

Claves de la sustentabilidad	España			Estados Unidos			Venezuela	
	EMART V	La Tele	Tele K	PPTV	DDTV	FSTV	Catia 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. Accedido 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.acccpar.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 Ulepice). 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 Multiformes. 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 nº 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/20080306elpepcat_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/20051117elpepnet_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.php?t=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 Penya 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*. Accesado el 18 de mayo de 2007. URL: http://www.comunicaciondigna.org/article.php?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. 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, nº 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 nº 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 nº 312. Accesado el 17 de mayo de 2008. URL: http://www.congreso.es/constitucion/ficheros/leyes_espa/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.accepar.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_Institutional_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*, nº 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 (Campaña 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 *Question*.

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*. Consultado 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”. Consultado 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. Consultado el 1º 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. Consultado 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. Consultado el 31 de mayo de 2008. URL: <http://www.voltairenet.org/article128116.html>

Girard, B. (2005): “Re: Chavez TV: Respuesta de Antonio Pasquali”, crisal@comunica.org [Lista de correo] 4 de agosto. Consultado 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 Question.

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 1° 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 1° 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*, 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.

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_Institutional_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. Accedido 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*, nº 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 Televisión”, en: M. Corominas y M. de Moragas (eds.): *Informe de la comunicación 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 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).

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.php?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/l_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.tv/>

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]