

TERCER SECTOR DE LA COMUNICACIÓN Y DIGITALIZACIÓN
SITUACIÓN INTERNACIONAL EN EL ÁMBITO TELEVISIVO

Chiara Sáez Baeza

Enero 2007

Indice

Presentación del Informe.....	3
1. Estados Unidos.....	10
Experiencias relevantes del caso	10
Legislación e institucionalidad de apoyo	12
Emisión	16
Estructura organizativa	23
Financiamiento	25
Digitalización y debates en curso	31
2. Venezuela.....	35
Experiencias relevantes del caso	35
Marco legal	36
Emisión	44
Estructura organizativa	50
Financiamiento	54
Digitalización	56
3. Breve reseña de otras experiencias internacionales.....	58
Australia	59
España	61
Irlanda.....	64
Reino Unido.....	66
Proposiciones finales.....	67
Bibliografía	69

Presentación del Informe

El presente documento es un informe de la situación de distintas experiencias internacionales de canales de televisión gestionados por la sociedad civil y el modo en que este tipo de experiencias se están desarrollando en el contexto de la transición a la televisión digital.

La transición a la televisión digital y los procesos de convergencia que ella implica están llevando a una reformulación del rol del Estado en la regulación de la televisión, así como respecto de su rol como árbitro entre los distintos sectores interesados e involucrados en el ámbito de las telecomunicaciones. Una de las consecuencias de la digitalización es que ella está llevando a una nueva fase en la historia de las políticas de comunicación.

A nivel internacional pueden distinguirse cuatro grandes fases en las políticas de comunicación. Una primera fase donde dominó la figura del Estado y del servicio público; una segunda fase marcada por la introducción del sector privado y nuevos medios: el cable y el satélite; una tercera fase marcada por la globalización de las comunicaciones, una profundización de la privatización y desregulación del sector. La actual fase (cuarta) tiene mucho de la fase anterior, pero fuertemente marcada por la convergencia digital, en la cual todos los nuevos medios y los sistemas de telecomunicaciones son capaces de acarrear una variedad de servicios sofisticados, con un significativo incremento en el número y calidad de los canales y servicios ofrecidos. Asimismo, la tecnología digital combina una variedad de servicios avanzados: televisión digital terrestre, satélite digital, cable banda ancha, compañías de teléfono, comunicación sin cables, internet y aplicaciones interactivas, en un ambiente de marcada competencia entre todos los medios y tecnologías de telecomunicaciones¹.

En el actual contexto, uno de los desafíos que tienen los Estados al momento de definir sus políticas de comunicación consiste en asegurar el acceso a las nuevas tecnologías, acceso entendido tanto desde la recepción como desde la emisión². La noción de acceso es clave dentro de políticas de comunicación que apuestan por el desarrollo social y cultural; bajo este concepto, el acceso requiere de la generación y desarrollo de mecanismos que puedan asegurar la accesibilidad a canales de producción y distribución para todos quienes sean capaces de congregar

1 Y. Katz (2005).

2 *Hasta el punto que las fuerzas del mercado no puedan nunca garantizar el acceso, en cualquiera de esos términos, los gobiernos, las autoridades regulatorias y las instituciones mediáticas deben desarrollar a implementar políticas diseñadas para maximizar el acceso. De manera que la necesidad de asegurar el acceso permanece como una importante justificación de la necesidad de políticas públicas en la esfera de la comunicación* [Original en inglés]. M. Raboy, en: G. Ferrell & T. Hujanen (2003). Pg. 50

a un público, por mínimo que sea³.

Es a partir de este punto que emerge la pregunta por experiencias internacionales de políticas de comunicación que han propiciado un abanico más amplio que los medios estatales - nacionales y los privados - comerciales como potenciales emisores televisivos dentro de las fronteras nacionales. Y de manera más específica aún: cómo han surgido o se han modificado esas políticas -y esas experiencias televisivas - en el contexto de la transición a la televisión digital.

Este tipo de experiencias han sido históricamente agrupadas en dos tipos: televisión de acceso público (*Open Access*) y televisión comunitaria (*Community Television*)⁴.

Las televisiones de acceso público se caracterizan por el lema "*first come, first serve*", según el cual se proporciona acceso de las comunidades a la televisión de una manera que permite a los miembros de la comunidad transmitir directamente los programas que ellos deseen, sin ninguna restricción en términos de contenidos ni línea editorial. Quien llega primero tiene más posibilidades de usar los equipos y emitir, de allí que a veces sean vistas como parte de un sistema caótico⁵. Es la experiencia predominante en Canadá y Estados Unidos y utiliza el cable como soporte. También se ha extendido a algunos países del norte de Europa.

Las televisiones comunitarias en cambio están mucho menos centradas en la libertad de expresión en sí como en la participación y expresión de la diversidad de grupos que conforman la comunidad. Asimismo, la noción de "*comunidad*" ha tenido una expansión en términos conceptuales y hoy se habla de *Community Television* no sólo en términos geográficos - locales sino también en términos de comunidades de intereses⁶, lo cual abre la perspectiva hacia otras formas de identidad e incluso de alcance para experiencias televisivas cuyo estilo de gestión tenga una base comunitaria.

De cualquier modo, en el debate teórico, se sigue usando regularmente la terminología de la *Community Television* para referirse a los dos tipos de experiencias reseñados, cuyas dos principales características serían:

- No tienen fines de lucro, adoptando para ello varias formas institucionales para adecuarse a contextos nacionales y los objetivos específicos;
- Su único propósito es servir a través del uso de la televisión a las comunidades a las cuales se dirigen, aunque

3 *Críticamente, realizar el potencial social y cultural de los nuevos medios requiere asegurar el máximo de acceso de las personas a los medios de comunicación tanto en su capacidad como receptores y consumidores, así como en tanto productores y emisores de mensajes* [Original en inglés]. Ibid. pg. 51

4 N. Jankowski y O. Prehn (2002) Pg. 6

5 Ibid. pg. 6

6 Ibid. pg. 5 - 6

cómo conciben esto y cómo intentan llevarlo a cabo varía ampliamente⁷.

Distintas razones justifican la existencia y desarrollo de estas experiencias, a saber:

- *El derecho de retorno por un recurso público*⁸
- *La libertad de expresión*⁹.
- *La diversidad de contenidos*¹⁰.
- *Los derechos colectivos de grupos excluidos y marginalizados*¹¹.
- *La educación de medios*¹².
- *La transparencia gubernamental y el debate educativo local*¹³.

A pesar de vigencia de la idea de *community media* actualmente se está extendiendo el uso de un concepto todavía más abarcativo para integrar a las distintas experiencias de comunicación que no son ni privadas ni estatales. Este concepto es el de *Tercer Sector, Tercer Tercio o Tercer Pilar* de la comunicación.

Según señala el informe de la Johns Hopkins University sobre el Tercer Sector en general, este estaría conformado por organizaciones con una existencia institucional separada del Estado, que no generan beneficios para sus gestores o el conjunto de titulares de las mismas, que controlan autónomamente sus actividades y que la adhesión a su quehacer no está impuesta legalmente sino que es voluntaria¹⁴.

De manera específica y en el contexto comunicacional, lo que caracterizaría al tercer sector en

7 S. Ó Siochrú (2002a). Pg. 2

8 *El derecho de transmisión es un derecho públicamente entregado. Donde ese derecho es entregado especialmente a intereses privados que hacen un uso lucrativo de este, entonces el público tiene que ser compensado de alguna manera [...] La justificación para la televisión comunitaria es que si los recursos de la comunidad están siendo otorgados para su uso con fines de lucro, en retribución la comunidad debería ser capaz de utilizar parte de ese recurso para los fines que ella elija [original en inglés]. Ibid. pg. 7*

9 *La gente tiene derecho a hacer oír su voz, tanto en los medios como en cualquier otro soporte. Así que ellos deberían ser autorizados a producir sus propios programas y que estos sean transmitidos como una extensión lógica del derecho a publicar y distribuir un periódico, panfleto u otra forma de comunicación. Interpretado estrictamente, tal derecho no necesita tomar en cuenta si una audiencia existe o no, si la persona posee o no una formación en medios, si el programa es personal o parte de un movimiento o grupo más amplio [original en inglés] Ibid. pg. 8*

10 *La televisión comunitaria debe ser sostenida por la necesidad de diversidad, produce contenido que es diferente, y hace disponibles contenidos y puntos de vista diversos [original en inglés] Ibid. pg. 8.*

11 *Esto se explica en parte con la exclusión de tales grupos en los media, en que ellos raramente aparecen excepto en circunstancias negativas en las que ellos tienen poco control sobre el modo en que son retratados [...] Pero más importante que esto es el potencial de esos medios, puestos en las manos de tales grupos, para apoyarlos en su propio intento de combatir la exclusión [original en inglés] Ibid. pg. 9.*

12 *La participación en televisión comunitaria, en administración y producción, puede proporcionar una formación práctica en la educación para el uso de los medios [original en inglés] Ibid. pg. 9.*

13 *La televisión comunitaria es un vehículo efectivo para propuestas educativas y para llevar más fiscalización y transparencia a las políticas locales [original en inglés] Ibid. pg. 10.*

14 C, Mayugo y F. López (2004) Pgs. 2 – 3

comparación al sector estatal y al sector privado comercial se puede observar en el siguiente esquema¹⁵:

Los Tres Sectores de la Televisión			
Atributos	TV Comercial	TV de servicio público	TV Comunitaria independiente
<i>Propiedad</i>	Privada, orientada hacia la concentración global	Pública, centralizada	Gente y comunidades, dispersa
<i>Foco</i>	Global, con variaciones locales	Nacional, regional	Vincula comunidades globalmente, posibilita comunidades globales
<i>Filosofía: la gente como...</i>	Consumidores	Todos ciudadanos, igualdad de derechos	Actores creativos, en comunidades
<i>Metas</i>	Beneficios	Bienestar público general	Participación, empoderamiento, diversidad

Pensar el sistema televisivo desde esta triple perspectiva permite entender la necesidad de la existencia de políticas de comunicación que regulen la existencia de estos tres sectores, de una manera adecuada a las particularidades que cada uno de ellos presenta. En el contexto chileno, esto también pasa por abrir la discusión sobre la regulación -dentro del proceso de transición a la televisión digital- como un hecho que no tiene por qué ser contradictorio con la libertad en un sector que por definición debe ser independiente y proteger su autonomía¹⁶.

Experiencias analizadas

Al amparo de esta discusión teórica se ha llevado a cabo la selección de distintas experiencias internacionales del tercer sector televisivo y el modo en que ellas se han adoptado al proceso de digitalización.

Si bien las políticas de comunicación son una de las variables más determinantes para asegurar la

¹⁵ S. Ó Siochrú (2002b) Pg. 3

¹⁶ *No hay necesariamente una contradicción entre regulación y el valor de la libertad: todo depende de lo que es regulado y cómo uno decide regular -así como sobre qué bases de regulación es justificado* [Original en inglés] M. Raboy: op. Cit. pg. 53

sostenibilidad de un tercer sector de la comunicación, las experiencias que se presentan a continuación muestran que esta no es la única variable relevante y a menudo opera de manera interrelacionada con otras. Es así como el informe presenta de manera detallada la situación de Estados Unidos y Venezuela en base a 6 dimensiones comunes:

- **Experiencias del caso:** las experiencias del Tercer sector de la comunicación tienden a circunscribirse a espacios geográficos de corto alcance; de ahí la referencia permanente a la comunicación comunitaria como su principal forma de expresión. Por otro lado, existe en estas experiencias una mirada crítica a la lógica de homogeneización y generalización propia de los medios masivos. Sin embargo, la posibilidad de alcanzar a un público más amplio que el del ámbito local es un tópico recurrente de este tipo de experiencias, de ahí que tanto en el caso de Estados Unidos como de Venezuela hay una referencia a experiencias del tercer sector audiovisual de alcance local que están articuladas con otras de alcance nacional e incluso global, abordando así posibles salidas a esta disyuntiva.
- **Marco legal – institucional:** esta dimensión corresponde al plano de expresión más básico de las políticas de comunicación; es decir, al tipo de reconocimiento que se da a las experiencias del tercer sector dentro del estado de derecho. Incluye institucionalidad, normativas y reglamentos.
- **Emisión:** esta dimensión se refiere a quiénes son los emisores y la concepción de ellos que se expresa a través de la programación. Asimismo, hace referencia a la concepción del mundo y al tipo de lenguaje propio que se evidencia a través de los contenidos que emiten.
- **Estructura organizativa:** esta dimensión se refiere a la forma en que están organizados los recursos humanos que hacen posible el desarrollo de la experiencia; horizontalidad y/o verticalidad de las relaciones; remuneración versus trabajo voluntario; recursos humanos, en general.
- **Financiamiento y distribución:** aunque puede considerarse un subpunto del marco legal institucional, su relevancia dentro de la sustentabilidad económica de las experiencias del tercer sector de la comunicación hace que este sea un tema de valor e interés por sí mismo, toda vez que el hecho de no perseguir fines de lucro es una definición que no excluye la posibilidad de generar ingresos que sí aseguren la reproducción de la experiencia, incluyendo con eso tanto ingresos provenientes directamente del Estado vía fondos, equipamientos u otro medio, así como ingresos provenientes de la venta de recursos propios, incluyendo publicidad o merchandising, por ejemplo.
- **Digitalización:** al final de la descripción de cada experiencia se expone el momento en el cual se

encuentra el proceso de digitalización en cada uno de los países, enfocado específicamente al modo en que ello ha afectado a los medios del tercer sector.

Las razones de profundizar en Estados Unidos y Venezuela guarda relación con aquellas características que asemejan y distancian a ambos países en este tema, a saber:

- En ambos casos la apertura del espectro televisivo al sector comunitario es anterior a la digitalización (si bien en Estados Unidos esta apertura es anterior casi en 30 años).
- Mientras en Estados Unidos la digitalización ya lleva varios años, en Venezuela aún no se ha adoptado una norma específica. Aunque en principio la digitalización no implicó un gran cambio, actualmente los canales comunitarios estadounidenses están amenazados por nuevas regulaciones que favorecen la posición de las operadoras de cable; mientras que en Venezuela y por el proceso que se puede reconocer desde hace unos 6 años, la futura digitalización parece ir a profundizar el proceso de apertura del espectro a nuevos actores que actualmente se está llevando a cabo.
- El caso estadounidense tiene dos rasgos específicos que lo hacen interesante de investigar. Por un lado, su financiamiento, que proviene de múltiples fuentes tanto públicas como privadas. Por otro lado, su permanencia, afirmación y desarrollo en el tiempo dentro de un contexto que no propicia de manera explícita experiencias de comunicación comunitaria con un fuerte énfasis crítico y alternativo, pero que no obstante genera condiciones para la experimentación y la innovación que sí pueden amplificar su alcance al ser usadas de una cierta manera.
- En un sentido distinto, Venezuela muestra el valor de la voluntad política y del apoyo del Estado en la satisfacción de las demandas de los sectores comunitarios de la comunicación, tanto en términos de financiamiento como en el desarrollo de una legislación que promueve estructuras organizativas abiertas y horizontales para el sector comunitario, en el contexto de un país en desarrollo.
- Otras dos semejanzas entre ambos países son: primero, ambos dan un espacio en el espectro radioeléctrico tanto a comunidades locales como a productores audiovisuales independientes (si bien con un énfasis distinto cada uno); y segundo, en ambos casos se ha alcanzado una integración entre el ámbito local y el alcance nacional para la producción comunitaria.

Como tercera parte del informe, se expone brevemente la situación en otros países fuera del continente

americano, abordando solamente el punto 6 (digitalización). Las otras experiencias internacionales que se han abordado son Australia, España, Irlanda y Reino Unido.

El informe culmina con algunas propuestas sobre cómo abordar el tema de tercer sector y digitalización en el contexto chileno tomando enseñanzas de la situación internacional.

1. Estados Unidos

Experiencias relevantes del caso

Paper Tiger TV (PTTV) 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 pantallazos 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 costo¹⁷. PTTV 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 (desde 1972), unidad básica a partir de la cual se ha podido desarrollar un tercer sector televisivo en el país.

Deep Dish es hija de Paper Tiger, aunque como señala Dee dee Halleck: algo así como una solución reconstructiva a la deconstrucción que hace Paper Tiger del lenguaje audiovisual, pero ambas animan el uso de una combinación de recursos tecnológicos y artísticos con el activismo. 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.

Cada programa fue producido a partir de videos generados por productores de televisión comunitarios de todo el país. Los temas de esta primera serie fueron la televisión de acceso; preocupaciones actuales de la clase trabajadora; 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 Unidos¹⁸. La serie fue ofrecida a las estaciones de acceso público y a cualquiera que tuviese una antena de recepción, libre de cargo. Cerca de 250 estaciones a lo largo del país programaron la

17 <http://papertiger.org/>

18 <http://www.deepdish.org/catalogue02.htm>

serie¹⁹.

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.

Uno de los principales hitos en la historia de Deep Dish fue la serie de 1991 *The Gulf War Crisis TV Project* sobre la Guerra del Golfo. El hecho de llegar a 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 Channel Four de Inglaterra 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. En un sentido similar, discurrió la serie de los años 2004 y 2005 *Shocking and awful* sobre la intervención de Estados Unidos en Irak, que incluso contó con productores audiovisuales iraquíes en el equipo de filmación.

Free Speech TV es la tercera experiencia que conforma el caso. Tiene sus raíces en el quehacer de las estaciones públicas y los canales de cable de los 90s. Entre 1995 y el 2000, proporcionaba programación semanal vía video cassetes a 50 canales de cable de acceso público. Pero el año 2000 marca un hito clave pues FSTV 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 (*Shocking and Awful* ha sido una de las series últimamente transmitidas), 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. Dee dee Halleck es una videoactivista que ha estado en el origen de las 3 experiencias. Actualmente, es miembro del directorio de Freespeech junto a otros reconocidos referentes de la contracultura estadounidense tales como Tariq Alí, Jeff Cohen, Bárbara

19 L. Stein, en: J. Downing (2001) pg. 312

Ehrenreich, Jim Hightower, Robert McChesney y George Stoney.

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.

Legislación e institucionalidad de apoyo

A principios de los 70, el sistema televisivo estadounidense consistía de tres redes de canales 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. Estos últimos eran consecuencia del activismo social de los 60 (ver punto 3), 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 país²⁰. La tecnología del cable parecía ofrecer una alternativa genuina a un centralizado mercado, de manera que el cable inspiró visiones de un mercado televisivo más diverso, descentralizado y competitivo²¹

Legislación relativa a los Canales de acceso público

A grandes rasgos, la historia legislativa estadounidense parece venir de un proceso de mayor protección a uno de menor protección legal, 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. Lo que es interesante, sin embargo, es el *sentido de oportunidad* o visión estratégica que han tenido las personas miembros de las experiencias que forman parte del caso, en el sentido de estar atentos a utilizar la legislación a favor de su propio desarrollo.

Como se ha señalado más arriba, la figura de los canales de acceso público constituye el espacio legal – institucional que posibilita el desarrollo de un tercer sector de televisivo en Estados Unidos. Al

²⁰ *La televisión de acceso público proporcionaba no solamente una de las pocas posibilidades existentes para la televisión alternativa, sino también las mejores posibilidades para usar los medios para servir a los intereses de la democracia popular* [original en inglés]. D. Kellner, en: J. Wasko y V. Mosco (1992): pg. 100

²¹ L. Stein: op. Cit. Pgs. 300 – 301

respecto, hay 4 leyes de comunicación (*Communication Acts*) donde se puede observar las facilidades como dificultades a las cuales se han debido enfrentar estas experiencias.

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) destinaran para su administración y gestión al poder local correspondiente (municipio, condado, etc) 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) producto del cableado. El acta aseguraba que cualquier grupo de individuos que quisiera usar los canales tuviera garantizado el acceso a ellos como emisores. 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 suscriptores²².

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.

Adicional a los grupos que podían representar, los canales PEG también podían acarrear programas de instituciones pertenecientes al gobierno federal así como de la CPB (PBS)²³ por suscripción.

El temprano apoyo del gobierno y de la industria, llevaron 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, 1979** fue un primer golpe al mandato de acceso público: de ahora en adelante, la televisión de acceso podría sobrevivir sólo en las comunidades que influyeron sobre sus gobiernos municipales para incluir cláusulas de acceso público en los

²² S. Rivkin (1973)

²³ CPB: Corporation for Public Broadcasting; PBS: Public Broadcasting Service. Institucional de la TV pública norteamericana

contratos con la televisión de cable²⁴.

Las Cable Act de 1984 y 1992 permitieron a los gobiernos locales incluir y reforzar requerimientos para 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 de 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, también es cierto que 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 potenciales partidarios del acceso público e incitando a varias comunidades a cuestionar su deseo de mantener una estación de televisión de acceso²⁵.

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 1998 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

24 *Como se esperaba, esta alianza de intereses tuvo poca vida. 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 [mediante economías de distribución de programas, p.e.]. A este respecto, el cable se confirmó similar a la televisión abierta, que tampoco deriva su poder socioeconómico de su tecnología o actividades de producción, sino del control sobre una actividad de distribución cuyos beneficios están vinculados a grandes economías de escala (Garnham, 1995, p. 65) ... Los últimos 70 vieron el advenimiento y difusión de satellite programm services tales como HBO [y otros]: L. Stein: op. Cit. p. 302*

25 L. Stein: *ibid.* pgs. 320 - 321

la Independent Television Service (ITVS) con la misión específica de apoyar el trabajo audiovisual innovador orientado hacia audiencias específicas²⁶ y servir a tres partes: el público televidente, la comunidad de medios independientes y el sistema público televisivo.

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)²⁷.

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 el tercer sector televisivo es el de Nueva York, lugar donde se afincan Paper Tiger y Deep Dish, a quienes ha apoyado económicamente a lo largo de los años²⁸

Alternate Media Center

Finalmente, otra institución clave en el apoyo a las experiencias del tercer sector ha sido el Alternate

²⁶ H. Newcomb (2005)

²⁷ *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 propias 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]. D. D. Halleck (2002): pg. 280

²⁸ Para datos concretos, ver apartado sobre financiamiento.

Media Center (AMC) de la New York University, fundado en 1971 por el periodista y documentalista George Stoney en colaboración 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 Unidos²⁹. Pero la AMC no sólo fue central en la producción, 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 acceso³⁰. Stoney representó una gran fuerza en el momento inicial de regulación de la televisión de acceso público dentro de los acuerdos con las operadoras de cable, para que el acta de 1972 lograra incluir la perspectiva cívica y comunitaria³¹.

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. Quizás el aspecto más importante de destacar en este contexto tiene que ver con la reglamentación a la cual están sometidas este tipo de fundaciones, respecto de su incidencia como actores políticos, considerando el alcance que tiene una televisión de alcance nacional que se define a sí misma como “progresista”.

Este tipo de organizaciones están prohibidas de conducir actividades de campaña política para influenciar las elecciones a las oficinas públicas. Pero se les permite conducir una cantidad limitada de cabildeo para influenciar la legislación. Estas organizaciones también pueden educar a los individuos sobre distintos tópicos o financiar investigaciones que apoye una posición política sin abogar abiertamente por una posición determinada en un proyecto de ley específico³².

Emisión

Los antecedentes de la Guerrilla TV

29 L. Stein: op. Cit. pg. 301

30 J. Roberts (1994 – 1995)

31 *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 acces o no estaban operando bajo ningún mandato teórico específico, instintivamente veían las contradicciones presentes en el desarrollo de las herramientas electrónicas* [Original en inglés] D. D. Halleck: op. Cit. pg. 147

32 United States Department of Treasury (s/f)

La televisión de cable de acceso público, tiene uno de sus referentes socio – políticos más importantes en la Guerrilla TV, un movimiento de videoactivismo que surge 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 a convertirse en emisores de imágenes³³. El término *Guerrilla Television* proviene del libro - manifiesto de 1971 del mismo título, escrito por Michael Shambert, 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 participativa³⁴.

Con el advenimiento de los canales de acceso público a principios de los 70 se produjo así una alianza estratégica entre los grupos de videoactivistas y las emisoras, que constituyó un experimento radical de comunicación democrática. La *Guerrilla* vio 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 cerrojo 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 casa³⁵.

También debe considerarse como parte del legado estadounidense los desaciertos, errores y fracasos del movimiento medioactivista vinculado a la *Guerrilla TV*, 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 afincado de manera profunda en las bases sociales. Entre esos errores, hay dos que han parecen haber sido fuente de aprendizajes estratégicos.

El primero de ellos fue la idea de introducir la dinámica alternativa en la televisión convencional para la transformación de esta última, lo que con el tiempo se demostró 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: los Oscars y la Super bowl. TVTV comenzó produciendo para el cable, pero en la medida que sus productos iban

33 *Hippies americanos, artistas de vanguardia, intelectuales-estudiantes, armas perdidas, feministas en germen, negros militantes, niños de las flores y periodistas fatigados tomaron las calles sino las carreteras, Portapak en mano, para supervisar el nuevo territorio de la televisión alternativa* [original en inglés]. D. Boyle, en: P. D'agostino y D. Tafler (1995): pg. 151

34 Ibid: pg. 153

35 L. Stein: op.cit. pg. 299

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 original³⁶. 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 convencional³⁷.

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- podrían 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 plazo³⁸.

Ambos errores son interesantes en términos de la aplicabilidad de la experiencia norteamericana: enfatizan la importancia de la generación de un circuito independiente de los grandes canales de televisión para el desarrollo de experiencias audiovisuales más experimentales tanto en términos estéticos como temáticos así como enfatizan la importancia de que este tipo de experiencias no sean dirigidas sólo por artistas vanguardistas sino que por distintos actores de manera que entre todos aporten a una mirada más compleja de la realidad y que se exprese posteriormente en su producción audiovisual.

36 *TVT*, el más mediagénico y controvertido grupo de la guerrilla televisión fue formado durante esta época. Fundada por Shamburg, *TVT* produjo su primera cinta para el cable, luego fue a la televisión pública y, finalmente, a las networks. Su auge y caída traza el arco más amplio en la historia de la guerrilla televisión. [Original en inglés] D. D. Halleck: op. Cit. Pg. 155; Con la emisión de *Lord of the Universe*, algunas de las mejores mentes en *Guerrilla Television* abandonaron sin querer su sueño utópico de crear una red de televisión alternativa. Su apresurado matrimonio con el cable estuvo al borde de la crisis cuando la televisión -a pesar de la televisión pública- los sedujo con el afecto caprichoso de sus audiencias de masas [Original en inglés] D. Boyle: op. Cit. pg. 159

37 *Se puede percibir una transformación perversa de la Guerrilla TV en programas que ahora se muestran en la franja horaria estrella, 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 han apropiado de gran parte del estilo original de la Guerrilla* [Original en inglés] D. Boyle (2000).

38 *No había duda en sus propias mentes expandidas de que tarde o temprano cada uno sería eventualmente concientizado. Era sólo una cuestión de tiempo. Los primeros video entusiastas pensaban que el video podía cambiar el mundo [...] Las guerrillas de video fueron reacias a considerar el exhausto y desagradecido trabajo de desarrollo de infraestructura y fueron poco exploradores de iniciativas progresistas de financiamiento a largo plazo [...] el acceso también fue ridiculizado por artistas / vaqueros como TVT, que tendían a ver a las masas no como potenciales colegas sino como sujetos dentro del campo de sus lentes de angulo extra ancho* [Original en inglés]. D. D. Halleck: op. Cit. pg. 27; *Otras películas comenzaron a mostrar un declive en la medida que diversos grupos de video freaks que alguna vez convergieron para hacer de TVT una realidad -todos donando tiempo, equipamiento, y talento para hacer un programa que podía mostrar el mundo lo que la guerrilla televisión podía hacer- comenzó a extraviarse en sus propias direcciones, no queriendo ser subsumidos en una masa igualitaria, incapaces de soportarse ellos mismos* [original en inglés]. D. Boyle (1995): pg. 159.

Electronic soapboxes: First come, first serve

Desde su origen, estos canales 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 han 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 haber 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 comunidad³⁹.

Un tema central en el desarrollo de los canales de acceso público ha sido el de la libertad de expresión. No existe a priori ninguna restricción para que 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 Enmienda⁴⁰- así como de otros sectores de los grandes medios⁴¹ para hacer retroceder la regulación que protege el acceso público.

³⁹ 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]. D. D. Halleck: op. Cit. pg. 100

⁴⁰ 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 a ellos 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 [original en inglés]: ibid. pg. 131

⁴¹ 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]: ibid. pg. 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.

Esto es así porque en términos de control de los contenidos, los canales PEGs 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 por fuera de la ley. Si bien los operadores de cable no pueden controlar el contenido de los PEGs, los operadores si pueden 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)⁴².

Pero además de lo anterior, los canales de acceso público también son un importante espacio para que el arte experimental llegue a un público masivo⁴³.

Sin embargo, el desarrollo de esta tribuna improvisada no es un objetivo de particular interés para las empresas operadoras de cable de las cuales dependen y que preferirían darle un uso comercial a estos canales 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 mercado⁴⁴. De allí que a veces tampoco faciliten el acceso en términos de formación para los miembros de las comunidades que quieran participar⁴⁵.

Participación y democratización

42 The Buske Group (s/f)

43 *Para muchos artistas mediales jóvenes, la presentación en el 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. Un buen ejemplo es "Un día sin arte", un programa en vivo sobre el SIDA [Original en inglés]. D. D. Halleck: op. Cit. pg. 105*

44 *Hay un inherente conflicto de intereses entre las compañías de cable (que desean los canales para sus propios intereses) y la comunidad de acceso (especialmente los productores, quienes son en general un grupo independiente y antagonista a cualquier forma de intrusión o control) [original en inglés]. D. D. Halleck: ibid. pg. 102*

45 *Muchos grupos minoritarios sienten que sus puntos de vista no están siendo empujados a los procesos de entrenamiento necesarios para operar y producir un programa de acceso [Original en inglés]. J. Roberts: op. Cit.*

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 y participación de la pantalla, a saber:

1. Por un costo relativamente bajo, un sistema de televisión comunitaria puede ser desarrollado en barrios y pueblos.
2. Las comunidades se benefician ampliamente del acceso abierto e irrestricto a equipos de telecomunicaciones y canales para el intercambio
3. 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.
4. La gente de medios creativa así como artistas visuales y performativos encuentran acceso a equipamiento y canales útiles e inspiradores.
5. Los programas de acceso local sobre temas locales devienen extremadamente útiles durante crisis
6. La expresión de puntos de vista incluso repugnantes es importante para iniciar diálogos públicos sobre temas sensibles⁴⁶.

Otros autores también señalan la utilidad de los canales de acceso para los grupos comunitarios basándose en el hecho de que les brinda autonomía en el modo como un grupo o una comunidad es presentada a los demás a través de los medios de comunicación⁴⁷. O también por las herramientas que proporciona para el auto gobierno de los ciudadanos y, por lo tanto, en el fortalecimiento democrático de una sociedad determinada⁴⁸.

⁴⁶ D. D. Halleck: op. Cit. Pgs. 107 – 108

⁴⁷ “Capacita a tu organización para hablar de sí misma sin un intermediario. En el acceso público, tú controlas el contenido de los programas [...] como parte del plan de medios de tu organización [Original en inglés]. Merge Nicholson, citado en: D. D. Halleck: ibid. pg. 104

⁴⁸ *Los proyectos descritos aquí usan la televisión de acceso para involucrarse con la comunicación democrática al menos en tres sentidos: 1. capacita a sus usuarios a reinterpretar, re-enmarcar y refutar los artefactos, mensajes e ideologías de la cultura comercial desde dentro de un foro dominante de comunicación política (la televisión); 2. La televisión de acceso otorga a los usuarios un espacio en el cual representarse a ellos mismos y sus intereses; 3. La televisión de acceso permite el ejercicio de funciones discursivas democráticas, ampliamente ausentes de los medios comerciales* [Original en inglés]. L. Stein: op. cit. pgs. 317 - 318

El lenguaje casero

Como se ha señalado más arriba, el origen de los canales de acceso 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 limitados⁴⁹.

De entre todos los colectivos vinculados a los canales de acceso, el que más ha persistido en el tiempo ha sido Paper Tiger. Las razones de ello pueden encontrarse en su lenguaje y su estética, conscientemente diferentes de la televisión comercial, acentuando el carácter construido de la estética televisiva⁵⁰.

Autodidactas y expertos

Asimismo, otra razón que explica la persistencia del nodo Paper Tiger – Deep dish es el trabajo en equipo entre autodidactas y profesionales del audiovisual. Pero incluso 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 transformadores⁵¹.

49 *Como un catalizador, el video genera transición. 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 estandar 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]. P. D'Agostino y D. Tofler (1995): pg. XXV.

50 *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 televidentes potenciales. 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 (Halleck, 1984, pp. 315 – 316; Halleck, 1993, pp. 416 – 417). Más aún, la estética hace de la necesidad una virtud. Debido a que el presupuesto de Paper Tiger no alcanza para imitar los valores productivos de los medios corporativos, se abstiene de esos valores desde el principio y pretende inventar una alternativa, aunque simpática, estética* [Original en inglés] L. Stein: op. cit. pgs. 310– 311

51 *Por muchos años, la estrategia original de DDTV para producir programas representativos de puntos de vista progresistas incluían la abierta solicitud de ideas a los productores independientes acerca de los temas y subtemas, así como una apertura a los materiales propuestos por estos productores. “Sick and tired of Being sick and tired”, 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. DDTV esperaba que esta estrategia pudiera familiarizar a las nuevas audiencias con la idea de la televisión alternativa, elevar el valor de uso de los programas por parte de las*

Estructura organizativa

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 articulado 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. 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 son fuentes de mayor potencial para proyectos y actividades especiales⁵².

Entre los servicios procurados por las corporaciones de acceso se encuentran las siguientes:

- Operan los canales PEG de acceso

audiencias de activistas y vincular a los grupos progresistas con los productores de la televisión de acceso [Original en inglés] L. Stein: Ibid. pg. 315

⁵² The Buske Group: op. cit.

- Operan el centro de acceso
- Desarrollan reglas y procedimientos operativos
- Entrenamiento
- Retransmisiones
- Mantenimiento de equipos
- Promoción
- Administración de voluntariado⁵³

Los colectivos audiovisuales que trabajan de la mano con los canales de acceso y que han sido destacadas en este informe 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.

Paper Tiger, por ejemplo, trabaja bajo la forma de colectivo. Esto significa que:

1. Las decisiones se toman por consenso
2. La producción se hace en base a trabajo voluntario. Este trabajo voluntario requiere de un mínimo de 2 horas a la semana y todos los meses hay un día de orientación para los nuevos miembros.
3. Un pequeño equipo contratado a tiempo parcial ve las tareas del día a día⁵⁴.

Otra característica interesante de PPTV es su programa de entrenamiento "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.

En términos de estructura organizacional, PPTV cuenta con 3 unidades -financiamiento, distribución, producciones- y 3 coordinadores - de administración y desarrollo, de distribución y de asistencia-.

En Deep Dish televisión también la organización interna como la planificación de sus acciones refleja la visión de la democracia participativa defendida por los videoactivistas, ofreciendo un modelo de producción

⁵³ Ibid.

⁵⁴ <http://papertiger.org/?q=structure>

mediática colaborativa y de base⁵⁵ y, a un nivel más amplio, un modelo para reorganizar la sociedad⁵⁶.

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 las contribuciones que llegan en programas terminados de 28 minutos listos para su transmisión. 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 apoyan un compromiso con la participación y la televisión inclusiva⁵⁷.

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 liderazgo⁵⁸.

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 comunitario⁵⁹ con otras propias de la cultura estadounidense⁶⁰.

Financiamiento

Con respecto al financiamiento, los fondos de los canales PEGs relativos a equipamiento provienen de

55 D. D. Halleck: op. Cit. pg. 416

56 D. Boyle (1995): op. cit pg. 165

57 Ibid. pg. 180

58 *Dificultades recientes con los fondos y en el staff, así como el quiebre en la producción de las series ha precipitado la restructuración del equipo. Por muchos años, las posiciones en este habían estado organizadas jerárquicamente, con un director ejecutivo, un director de programas y un jefe de operaciones. Actualmente, el trabajo del equipo está siendo reorganizado dentro de una estructura menos jerárquica y está siendo establecido un grupo de apoyo con base en Nueva York para proporcionar trabajo voluntario y otros recursos al staff* [Original en inglés] L. Stein: op. cit. pg. 314

59 “Bring Free Speech TV to your Hometown”; “help spread the word”; “volunteer”; “become community sponsors”. Ver: <http://www.freespeech.org/html/involve.shtml>

60 *Host a House Party! House parties are a great way to introduce people to FSTV, inspire them to take action, and give them the opportunity to make a financial gift. Help create the critical mass necessary for positive social change! Our House Party Kit has everything you'll need.* Ver: <http://www.freespeech.org/html/involve.shtml>

los impuestos (fees) que reciben de los contratos que establece el gobierno local con los operadores de cable como compensación por el uso de propiedad pública (calles, campos, etc). Pero no tienen derecho de cobrar a las operadoras más del 5% de su cifra de negocios⁶¹.

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 quien 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.

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 pública⁶².

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 participativa⁶³. En ausencia de un apoyo fuerte de la industria o el gobierno, la posterior existencia de la televisión de acceso ha sido precaria y ha descansado sobre cuestiones 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 aire⁶⁴.

Pero el problema de los recursos no sólo tiene que ver con la producción. En la medida que el sistema de canales de acceso no promueve por sí mismo un alcance más allá del espacio local, eso también juega en

61 C. J. Bertrand (1992): pg. 49

62 N. Garnham (1980): pg. 65, citado en: L. Stein: op cit. pg. 321

63 *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 la controversia y la comunidad* [Original en inglés] D. Boyle (1995): pg. 161

64 L. Stein: op. cit. pg. 321

contra de la televisión comunitaria toda vez que limita la distribución, acentúa el localismo y la falta de vínculos para ampliar las esferas de discusión y debate ⁶⁵. Pero lo que muestran las experiencias concretas que se han señalado más arriba es que los promotores del acceso público 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 mensaje⁶⁶.

Sin embargo, 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 interesados⁶⁷.

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 una distribución de mayor alcance como mecanismo alternativo de financiamiento ⁶⁸.

El siguiente cuadro entrega datos financieros relativos a los principales canales de acceso público de Nueva York, según el nivel de recursos que reciben en subsidios, la cantidad de financiamiento que proviene de subsidios, la cantidad de horas producidas y el costo implicado.

El caso de este Estado es destacable porque en él se encuentran los canales de acceso público más grandes del país y también porque ellos están muy vinculados con los colectivos de videoactivismo que se han señalado más arriba (Paper Tiger y Deep Dish).

⁶⁵ *No hay ningún apoyo estructural o administrativo para vincular entre sí a los canales de acceso público* [Original en inglés]. Ibid. pg. 303

⁶⁶ *Paper Tiger cree que sus críticas de la industria cultural tiene connotaciones locales y nacionales, y esto la ha hecho buscar vías alternativas para distribuir su show más allá de sistema de cable local de Manhattan [...] Eventualmente, Deep dish TV quisiera expandir su programación y proveer una fuente regular de información y perspectivas alternativas no vistas en otros canales de televisión* [Original en inglés] Ibid. pgs. 311 -312

⁶⁷ *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 ... Finalmente, y quizás lo más importante, DDTV ha tenido que operar bajo significativas constricciones financieras. Los canales de acceso público no están autorizados para pasar publicidad o pagar por la programación que ellos reciben, eliminando ambos mecanismos como fuentes potenciales de recursos [...] desde su nacimiento, DDTV se ha apoyado en recursos provenientes de fundaciones, individuos y agencias gubernamentales para financiar el proyecto* [Original en inglés] Ibid. pg. 316

⁶⁸ *Debido a que los programas de la televisión de acceso de New York no están incluidos en la guía televisiva, periódicos o programaciones del cable, el grupo también tiene que publicitar sus programas [...] la distribución es parte integral del trabajo del colectivo, así como su primer fuente de financiamiento* [Original en inglés] Ibid. pg. 311

<i>Recursos otorgados a Canales de acceso⁶⁹</i>					
Canales de acceso público	<i>Gasto en dólares por cápita</i>	<i>Subsidios (en miles de dólares)</i>	<i>\$/ Subsidios</i>	<i>Hr/Yr</i>	<i>Costo / hora</i>
Manhatan Neighborhood Network (MNN)	2,47	660	5,61	1000	3.700
Bronx	0,92	---	---	33	30,203
Brooklyn Community access TV	0,44	252	4,76	13	92,308

A su vez, 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 Foundation ⁷⁰

Por su parte, las fuentes de financiamiento de Deep Dish son las siguientes:

- New York State Council of Arts
- Maverick Film Found
- Funding Exchange
- donantes individuales

⁶⁹ ACM (2004)

⁷⁰ <http://papertiger.org/?q=funders>

A modo de estimación Deep dish tiene unos ingresos anuales que son menores a lo que cuestan 8 minutos de programación comercial⁷¹.

Finalmente, las fuentes de financiamiento de Free Speech TV son:

- Un porcentaje de la cuota de adquisición del disco satelital (US100) que facilita la conexión 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 animan.
- FSTV no recibe dinero directamente del gobierno⁷².

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 el más emblemático por su compromiso con este tipo de experiencias⁷³. Algunos datos al respecto:

- 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*⁷⁴.
- Durante el mismo período, el Manhattan Neighborhood Network (MNN) recibió fondos para el peer to peer media training del Youth Channel⁷⁵, 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, posproducción y financiamiento documental; proyectos en infraestructura; gastos en obra gruesa). En gastos de mantención, un total

71 L. Stein: op. Cit. pgs. 311 – 312

72 <http://store.freespeech.org/>

73 *Paper Tiger tiene la fortuna de estar localizada en Nueva York, donde el consejo de arte del estado ha estado comprometido en el financiamiento de proyectos de video* [Original en inglés] L. Stein: op. Cit. pg. 311

74 Una adecuada traducción sería “pantallazos en espacios comunitarios”

75 Un programa de formación entre pares de la señal juvenil del canal

cercano a los U\$ 44.000⁷⁶

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. McChesney⁷⁷ que sugiere que cada contribuyente tomara 200 dólares de sus impuestos anuales para dirigirlos a un medio de difusión sin fines de lucro de su elección o la de Jeff Cohen⁷⁸ quien promueve un fondo formado por el cobro de un impuesto del 1% a los anuncios publicitarios en la televisión y la radio⁷⁹.

Distribución

Al plantear una dinámica de producción integrada entre productores vinculados a canales de acceso ubicados en espacios físicos diferentes, Deep Dish ayudó a resolver el frustrante dilema de la producción de cientos de horas programación que no estaban alcanzando la audiencia masiva que se merecían.

No sólo por su corto alcance de llegada, sino también por lo que eso implicaba en términos de influencia sobre el establecimiento de agenda o sobre la diversidad de opiniones posibles de estar presentes en el debate público más extendido⁸⁰.

Sin embargo, es Free Speech quien es capaz de alcanzar de manera permanente y sistemática a todo el país: en sistema full time por medio del satélite y en sistema de tiempo parcial a través de la descarga de su programación por los canales de acceso suscritos e interesados. FSTV alcanza actualmente a 17 millones de

76 http://www.nysca.org/grant_app/org_search.cfm

77 Uno de los académicos estadounidenses más influyentes en el ámbito de la economía política de la comunicación .

78 Director de FAIR -*Fairness and Accuracy in Reporting*- revista estadounidense dedicada al análisis crítico del sistema de medios norteamericano.

79 J. Cohen (2002)

80 *Los medios producidos en pequeñas comunidades pueden influenciar el establecimiento de la agenda o auspiciar la construcción de comunidad a nivel local, pero esos medios actualmente no tienen medios institucionalizados para alcanzar a las audiencias nacionales. Estructurar la televisión de acceso que sólo sirve a una comunidad local está subutilizando el medio* [Original en inglés]. L. Stein: op. cit. pg. 322

hogares a través de Estados Unidos.

Digitalización y debates en curso

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.

El contexto de liberalización estadounidense tiene tres grandes hitos: el acta de telecomunicaciones del 1996 (*Telecom Act*), la revisión bianual del 2002 a esta acta y el movimiento de reforma de los medios que logró paralizar en el 2003 un nuevo aflojamiento de las regulaciones que limitan la concentración de la propiedad.

El Acta de Telecomunicaciones de 1996 mandató a la FCC a revisar sus regulaciones de radiodifusión cada dos años para determinar si siguen siendo necesarias al interés público, como resultado de la competencia. Estas revisiones dan lugar a que los Tribunales recojan las argumentaciones de los demandantes -en general grandes medios de comunicación o grupos corporativos- y que paralicen las nuevas reglas o demanden mayor justificación mediante la presentación de evidencias⁸¹.

Si bien ninguna regulación se eliminó, 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 condujo una concesión de frecuencias por anticipado para uso inalámbrico que garantizaba a los ganadores la propiedad y no sólo su

81 *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 . J. C. Miguel (2006)*

administración y correcto uso⁸².

En el 2003, la FCC en una votación de 3 a 2, acordó aflojar las regulaciones que limitan la concentración de propiedad de los medios de comunicación en Estados Unidos. Las nuevas normas dieron luz verde para que las redes de televisión pudieran ampliar su alcance hasta el 45% de la audiencia nacional; el límite anterior era del 35%. Además, levantaron la prohibición para que un mismo grupo económico pudiera ser propietario de un periódico, a la vez que de un canal de televisión o de radio en el mismo "mercado". Esta medida, se habría de aplicar principalmente en áreas con más de 9 canales de televisión, también, con ciertas restricciones, en los mercados de tamaño mediano; pero se mantendría la prohibición en áreas con tres canales o menos. También se incrementó el número de canales de televisión que una sola empresa pudiera tener en un mismo "mercado": de dos a tres en los más grandes; de uno a dos en los medianos, siempre y cuando no más de uno esté entre los cuatro de mayor rating. Como nunca antes, esta resolución de la FCC fue precedida por un amplio debate y movilización pública que expresó una fuerte oposición a las nuevas reglas y el tratamiento apresurado y poco transparente que impuso el presidente de este organismo, Michael Powell, hijo del ex - Secretario de Estado Colin Powell. En un hecho inusual, los dos miembros del FCC que votaron contra la medida (demócratas) emitieron declaraciones críticas, señalando que una mayor concentración implicaría disminuir la diversidad de puntos de vista expresados y menores oportunidades para difundir las noticias locales⁸³.

Actualmente esta decisión se encuentra temporalmente suspendida, pendiente de una decisión del Congreso que se debería haber llevado a cabo durante el 2006.

Pero tan profunda y radical como la propuesta legislativa fue el movimiento de la sociedad civil conocido como "Movimiento por la Reforma de los Medios" que se levantó para impedir su aprobación⁸⁴. 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.

82 O. León (2003)

83 Ibid.

84 *El resultado fue que a pesar de la aprobación de la norma en 2003 por la mayoría republicana en la FCC, los legisladores y las cortes tomaron cuentas en el asunto ante la presión popular hasta revertir la propuesta. ¿Cómo fue posible movilizar a estos más de tres millones de ciudadanos y ciudadanas?. F. Tucho (2006)*

La actual campaña "save the public access"⁸⁵ y su simil "save the internet"⁸⁶ son herederas de este gran impulso surgido hace 3 años. 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.

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 (que permitió la emergencia de los canales de acceso)⁸⁷.

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, que ya ha aprobado (aguardando sólo la resolución del comité del congreso) 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.

La Barton Cope Act remueve 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. Con esto, dará permiso a las empresas de telecomunicaciones para 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 lo que La COPE Act aumentará la brecha digital y dejará en una posición de profunda fragilidad a los canales de acceso.

⁸⁵<http://saveaccess.org/>

⁸⁶<http://www.savetheinternet.com/>

⁸⁷ *Las compañías telefónicas quieren poder escoger específicamente sobre cuáles barrios levantarse (basados en los beneficios potenciales y no en el acceso universal) sin respetar 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 la red nueva [...] 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 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]: Tactital Media Group (2006).

Asimismo, la COPE Act no garantiza la *Net Neutrality*. Con esta ley, las telcoms proveedoras de internet podrían crear un sistema escalonado donde el contenido que ellos favorezcan (de sus asociados y sus propios servicios) sean 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. Con ambas campañas, buscan repetir el éxito de la campaña de 2003 cuando aún aprobada la ley, lograron paralizar su implementación.

Finalmente, respecto del grupo específico de productores audiovisuales independientes, los desafíos que implican para ellos las nuevas plataformas digitales (podcasting, peer to peer, video blog, 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 el proceso de trabajo conjunto⁸⁸.

88 P. Aufderheide (2006)

2. Venezuela

Experiencias relevantes del caso

Catía TV constituye la experiencia de televisión comunitaria más importante de todas las que existen actualmente en Venezuela. Comenzó como canal de televisión en el 2000, ubicándose en el canal 41 de la banda UHF. 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. Pese a no tener una autorización de emisión, Catía TV consiguió un transmisor y comenzó a emitir para la Zona Oeste de Caracas, una de las más pobres de la ciudad.

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-, Catía TV se convirtió en un emisor con licencia. Con una pequeña subvención del Ministerio de Comunicaciones de Venezuela y el equipo donado por simpatizantes pertenecientes a la Universidad Central de Venezuela, Catía TV comenzó a transmitir dos horas diarias y contribuyó a un bloque de programación en Canal 8, el canal nacional gubernamental.

En julio del 2003, el canal -ya en la completa legalidad- fue clausurado por el alcalde de Caracas bajo argumentos poco claros. La clausura duró un año. Sin embargo, el mismo 2003, el Ministerio de Cultura cedió por 50 años a Catía un edificio abandonado en Caracas Oeste. Posteriormente, gracias a un préstamo de PDVSA, los fundadores del canal construyeron su centro de operaciones, 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.

Por su parte, 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, de ahí que entre sus integrantes se la autodefina como "una super televisoras comunitaria administrada y pagada por el Estado Revolucionario

Bolivariano”⁸⁹ o “más bien comunitaria del Estado. Porque el protagonismo de la comunidad se hace realidad a través de muchos programas”⁹⁰. En su página web el canal se define a sí mismo como un canal comunitario público, donde “Vive” es una abreviación de “Visión Venezuela”.

El proyecto surgió por la idea de crear un segundo canal público con misiones fundamentales del servicio público -educación y cultura, principalmente⁹¹- que fuera un referente de televisión pública desmarcado de la política de trincheras en que había caído Venezolana de Televisión⁹² y concibiéndose a la vez como un espacio de integración y participación de los venezolanos, ya fuera como emisores y/o como receptores. Si bien el canal comenzó emitiendo tímidamente 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 al año 2006 transmite prácticamente 24 horas seguidas, alcanzando casi a la totalidad del país⁹³

Blanca Eekhout -primera directora de Catia TV es actualmente también la directora de Vive TV.

Para efectos de este informe se considera apropiado hablar de ambas experiencias como parte del caso nacional ya que quedarse sólo con Catia TV no permitiría ver el alcance potencial que puede tener la lógica comunitaria y quedarse sólo con Vive TV no permitiría ver en su amplitud la base histórico – social sobre la cual descansa su idea de convertirse en una “super televisora comunitaria”. De cualquier modo, es preciso dejar constancia de que esta alianza virtuosa no es necesariamente aplicable el resto de las experiencias de televisión comunitaria en Venezuela.

Marco legal

El Estado venezolano apoya el desarrollo de los medios comunitarios en un contexto de

89 Sh. Mago (2005)

90 T Deronne (2005)

91 *Con la idea de tener un segundo canal público financiado por el Estado -porque esa fue la fuente del capital- que tuviera la posibilidad de construir realmente un proceso revolucionario pero en el sentido realmente de construir propuestas desde las mismas comunidades. Pero que pueden ser desde la música, el arte, describir la historia, la cultura popular, la posibilidad de entender la economía. Todo lo que permite también a los distintos estratos sociales y de distintas edades participar en su visión del país.* T. Deronne, en: C. Borgogno y A. Ogando (2006)

92 *VTV, el primer canal público, el único que existía y que de hecho fue cerrado por los golpistas en abril 2002, tenía esa función obligada de trinchera, de atrincherarse y de responder disparando cada día contra las mentiras de ese gigantesco espectro privado con muchos canales, prensa escrita, radios casi todas también bombardeando y atacando. Entonces era una función política primaria digamos, de defensa política de un proceso.* T. Deronne: Ibid.

93 *Estamos cubriendo prácticamente el 60% de la población porque por ahora estamos abarcando los principales centros urbanos. Eso fue, durante todo el año, una construcción lenta del sistema de transmisión, de ir a colocar un transmisor en tal sitio, de hacer todos los cálculos necesarios y para el final del año esperamos cubrir todo el país.* Ibid.

democratización general del sistema de medios, que se nutre de cuatro fuentes legales:

La Constitución Bolivariana (1999)

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:

- Se garantiza el secreto e inviolabilidad de las comunicaciones privadas en todas sus formas⁹⁴.
- 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 censura⁹⁵;
- 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 réplica⁹⁶;
- 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 país⁹⁷.
- 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 información⁹⁸

Sin embargo, el ordenamiento constitucional se hizo insuficiente al poco andar: la comunicación estaba en la Constitución, pero no había estructura regulatoria para los medios comunitarios. 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 ilegales⁹⁹.

La Ley Orgánica de telecomunicaciones (2000)

94 RBV (2000a: art. 48)

95 Ibid: art. 57

96 Ibid: art. 58

97 Ibid: art. 101

98 Ibid: art. 108

99 B Eekhout, en J. Podur (2004)

La Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL) 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 leyes¹⁰⁰.

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).

El Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro (2002)

En cuanto 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 -como parte de las medidas para asegurar el ejercicio del derecho a la comunicación libre y plural-, esto dio pie a la elaboración de una propuesta de Reglamento que regulara al sector, tarea que coordinó CONATEL conjuntamente con los representantes del sector comunitario¹⁰¹.

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.

¹⁰⁰ RBV (2000b)

¹⁰¹ *Venía de la ley orgánica de Telecomunicaciones: un grupo de medios alternativos había logrado que se escribiera en uno de sus artículos la obligación del Estado de co ayudar el sector de la comunicación comunitaria. Y de ese artículo fue que derivamos al reglamento que empezamos a negociar.* T. Deronne (2006): op. Cit.

La figura legal más importante del reglamento es la de “fundación comunitaria”, entendiéndose por ello a toda fundación 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 carácter¹⁰². A la fundación comunitaria es a quien se le otorga la concesión para una emisora comunitaria.

Al momento de solicitar una concesión como medio comunitario, 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 actividad¹⁰³.
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 efectos¹⁰⁴.

Evaluada la solicitud del interesado, la CONATEL presenta al Ministro de Infraestructura un informe

¹⁰² RBV (2002: art. 2)

¹⁰³ *El reglamento establece una serie de incompatibilidades para ser autoridades u órgano de dirección, administración y control de las fundaciones comunitarias, así como tampoco intervenir en las mismas en forma directa o indirecta a personas con puestos de alto nivel en el aparato público, sean dirigentes en partidos políticos, pertenezcan alguna institución religiosa o de las fuerzas armadas, sean dirigentes de gremios o cámaras, entre otros.* Ibid. art. 22

¹⁰⁴ Ibid. art. 5

cuya finalidad es fundamentar la autorización (o no) de la concesión solicitada¹⁰⁵. 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, una estación comunitaria sólo puede producir un máximo de entre el 15 a 20% de la programación, por lo que el resto tiene que ser producido por voluntarios de la comunidad¹⁰⁶. 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 informarla¹⁰⁷.

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 proselitistas¹⁰⁸.

Los operadores comunitarios pueden emitir publicidad, pero bajo cierto límite en el número de minutos por hora de transmisión¹⁰⁹; del mismo modo, se admite el patrocinio de programas¹¹⁰

Finalmente, es interesante la posibilidad de transmisión simultánea entre distintas estaciones comunitarias -bajo ciertos límites de tiempo- que permite el reglamento, 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 intereses, necesidades, problemas o servicios¹¹¹.

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 en conjunto con el sector de medios comunitarios, con la finalidad de simplificar los procedimientos

¹⁰⁵ Ibid. art. 14

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ Ibid, art. 49

¹⁰⁸ Ibid. art. 26

¹⁰⁹ En el Reglamento se permitían originalmente sólo 5 minutos (art. 30), pero posteriormente parte importante de la normativa presente en el Reglamento de Medios Comunitarios fue reintroducida en la Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión como parte del tópico *democratización de los medios comunitarios* y en el artículo 16 se elevaron a 10 los minutos de transmisión de publicidad permitida en este tipo de medios de comunicación.

¹¹⁰ Ibid, art. 31

¹¹¹ Ibid. art. 32

administrativos y de requisitos para el acceso a las frecuencias por parte de las comunidades¹¹².

La Ley de Responsabilidad social de Radio y Televisión (2005)

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

La materialización de estos principios 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 trabajo¹¹³.
- Promoción de la producción musical venezolana
- Creación de un Directorio de Responsabilidad Social orientado a asegurar la discusión y aprobación de la

¹¹² APC (2005) Pg. 17

¹¹³ *Producción nacional, productores nacionales independientes: 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. RBV (2004: art . 14)*

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 de 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 preestablecida¹¹⁴.

En el origen de la experiencia venezolana hay una alianza difícil de entender entre Estado y medios comunitarios si no se atiende al contexto dentro del cual se levanta y que -contrario a lo que podría hacer pensar el sentido común-, no ha significado una pérdida de autonomía ni de independencia de parte de estos últimos.

La compleja independencia comunitaria

A mediados de los 90s y luego del intento de Golpe de Estado llevado a cabo por Hugo Chávez en 1992, existía desconfianza hacia éste por parte de quienes participaban de los medios comunitarios. Pero por otro lado, Chávez contaba con gran apoyo entre los sectores de la población en los cuales se desenvolvían estos canales¹¹⁵.

Sin embargo, el hecho de los medioactivistas fueran invitados a 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. Posteriormente, el hecho de que la LOTEL incluyera dentro de sus objetivos el desarrollo de los medios comunitarios y que este propósito fuera luego traducido a un reglamento especial para este tipo de medios, fueron otros pasos determinantes en el diálogo entre unos y otros.

¹¹⁴ Ibid. art. 28

¹¹⁵ *Nosotros -los activistas de medios- no teníamos mucha confianza en Chávez, con su pasado militar y su intento de Golpe, señala Blanca Eekhout, la misma que luego será directora de Vive y de VTV, a petición del propio Chávez [original en inglés] B. Eekhout en J. Podur: op. Cit.*

La expresión concreta de la independencia y la autonomía de los medios comunitarios se notará en los puntos siguientes principalmente a partir de dos nociones -la separación medio / mensaje y las Escuelas de Comunicación Popular Audiovisual Independiente, ECPAIs- toda vez que forman parte íntegra del Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro ¹¹⁶.

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 constitucional¹¹⁷; 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 ¹¹⁸.

Sin embargo, la legislación no está exenta de falencias e incluso de normativas que pueden obstruir el desarrollo del sector comunitario que dicen promover.

Se ha detectado, por ejemplo, que la restricción de la entrega de concesiones sólo a las "fundaciones comunitarias" contradice el principio de asociación y desdeña otras formas asociativas que han tenido históricamente mayores éxitos de sostenibilidad social y económica en Venezuela, como las Asociaciones Cooperativas. Luego, a nivel geográfico, hay 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 los dejó en una cantidad de tiempo similar tanto a los medios privados como a otros servicios de

116 *Es una obligación legal del medio comunitario a través de su directiva, de su fundación, de implementar de manera permanente un sistema de formación, para que en la comunidad no sea pues un grupo pequeño, favorecido, que tenga acceso al lenguaje y luego a la producción, a la difusión del mensaje; sino que sea renovado permanentemente, ampliado a muchísimos habitantes. La mayor cantidad posible dentro de la comunidad. Eso sí. Es muy importante porque evita la demagogia, que es decir: bueno, les damos la palabra, pero al final no les damos el conocimiento para usar el lenguaje, o las herramientas para hablar.* T. Deronne (2006): op. Cit.

117 *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 [...] No vivimos la presión que sufren los medios estatales o comerciales en casi todos los países del mundo. Sencillamente porque además de la voluntad del presidente Chávez de ver desarrollarse la crítica como motor revolucionario, 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.* T. Deronne, en A. Aveta: op. Cit.

118 *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.* Ibid.

radiodifusión no comerciales¹¹⁹.

En la línea de las críticas a las falencias de la actual institucionalidad se pueden entender 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 2005¹²⁰, las cuales apuntaban a hacer más efectiva la participación inscrita en la institucionalidad comunicativa, mediante recomendaciones tales como aumentar las facultades ciudadanas para evaluación 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.

Emisión

El emi-rec

Tanto Catia como Vive se conciben como medios comunitarios. Sin embargo, el hecho de “difundir información de la comunidad”, se hace insuficiente para conceptualizar lo que hacen medios como Catia TV y Vive TV²¹.

Al hacer comunicación comunitaria lo que estos medios buscan es contribuir a la creación de poder a nivel local por medio de la articulación de las comunidades¹²². Lo que más le interesa a quienes dirigen ambas experiencias es envolver a la gente y hacerla participe en la producción de medios -*volver emisores a los receptores* más que buscar una legitimidad procurando ajustarse a los criterios, lenguaje o estética propias del periodismo tradicional¹²³.

Si bien tanto en Catia TV como en Vive TV hay un intercambio de roles entre emisor y receptor,

119 APC: op. Cit.

120 CONATEL (2005)

121 *Lo que ellos esperan producir no es un periodismo alternativo, sino más bien ciudadanía participativa en sus barrios* [original en inglés] N. Schiller (2005)

122 *Hoy decimos en Venezuela que los comunitarios no son medios sino completos, porque no solo fungen 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.* V. Sosa (2005)

123 *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 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.* [original en inglés] N. Schiller: op. Cit.

mientras en el primer caso este intercambio opera a nivel de comunidad o barrio, en el segundo caso, 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 sociales¹²⁴.

Aunque la tarea de democratización de la comunicación es de suyo interesante, pone en entredicho la idea de masividad del soporte televisivo y que tiene una de sus bases en la emisión desde un pequeño grupo de personas a una gran audiencia. Al respecto, suena interesante escuchar de parte de quienes participan en estas experiencias la afirmación de la idea de “colectivizar” como una vuelta de tuerca a la idea de “masificar”, entendiendo por ello la participación activa de la comunidad no sólo en la producción de programas sino también en su evaluación¹²⁵.

La afirmación y búsqueda de un lenguaje propio

En Catia consideran que por medio de su trabajo están creando un lenguaje nuevo, una nueva estética, posibilitada por el uso del video portátil 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 hechos¹²⁶.

En el caso de Vive, la afirmación de un lenguaje propio también pasa por la imagen que se proyecta. Una imagen que a su vez es coherente con su discurso: centrado en el valor social de los sujetos antes que en su valor comercial¹²⁷. A nivel de la emisión, Vive destaca como parte esta misma lógica, un uso más

¹²⁴ B. Eekhout, en J. Podur: op. Cit.

¹²⁵ *Un medio de comunicación masivo que en este caso, pretende, no masificar sino colectivizar, donde la participación activa de la comunidad en la producción de la programación, la capacitación y permanente evaluación de lo producido, da garantía de que responderá a las necesidades de los distintos sectores de la población. No sólo su programación estará dirigida a hombres, mujeres, jóvenes, niños y ancianos sino que la capacitación permitirá la construcción de equipos de producción audiovisual en cada uno de estos sectores de la población.* Catia TV (s/f)

¹²⁶ *Virtualmente el video nos permite a cada uno de nosotros pasar de pronto, del rol de consumidores pasivos al de productores altamente participativos [...] Para los individuos y los grupos comunitarios, el video puede convertirse en una alternativa a la televisión de masa y a otros medios de comunicación, tanto por su facilidad de uso y su accesibilidad en términos de costos, como por ofrecer la oportunidad única de mostrar y expresar cosas de otra manera. Creemos entonces que es posible pensar en una comunicación audiovisual estructurada de otra manera donde se generen procesos reales de comunicación y diálogo, donde el espectador forme parte de la noticia, pero no como imagen capturada, sino como ente participante, con capacidad de decisión y sobre todo que cuente con la posibilidad de hablar desde un espacio creador donde la opción de la inventiva se plantee como un reto cotidiano.* Catia TV: op. Cit.

¹²⁷ *Hay algo que tiene Vive, que es su imagen. Lo que llaman su imagen. Sus edificios, sus promociones [...] Porque es super vital. No es una imagen de show, para exhibirse, sino una imagen humana. Bueno, es obvio cuando lo que tu dices es que el sujeto hablante en esta televisión no es un objeto, no es un producto, sino que realmente El Hombre. Su imagen no puede ser distinta a eso.* Sh. Mago: op. Cit.

pausado del tiempo¹²⁸.

La labor formativa que realiza Vive TV por medio de la Escuela Popular de Cine 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: 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 curso¹²⁹, entre otras cosas.

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 nacional más inclusivo y participativo actualmente en marcha¹³⁰.

A nivel de contenidos, Catia TV enfatiza aquellos que tienen que ver con el empoderamiento de la comunidad en la cual se encuentran¹³¹. De manera concreta, estos contenidos detallados en la definición de la línea editorial de Catia permiten entender qué tipo de contenidos son los que se muestran¹³². La palabra que

¹²⁸ *En antena, se adopta el tiempo de la lentitud y de la discusión. Así, por ejemplo los músicos que pasan por la emisión, creadores, no tienen necesariamente un disco que promocionar. Vienen a tocar su música, pero también a hablar, a compartir su experiencia [...] Rescatamos el tiempo para volverlo humano: tiempo de la investigación, tiempo del encuentro, tiempo del análisis, tiempo de la reflexión, tiempo de la difusión, tiempo del debate.* A. Aveta: op. Cit.

¹²⁹ *Rescatar la fuerza del documentalismo como herramienta de transformación. Es decir, el documentalismo como análisis para justamente entender la realidad y poder cambiarla. Eso es un poco lo que estamos enseñando aquí. Tanto al personal de Vive como a todos esos productores que te mencionaba, hablando de todas esas comunidades o de todos esos movimientos sociales. Entonces, tanto hacia adentro como hacia fuera estamos capacitando a nivel de documental, con mucho énfasis en el documentalismo latinoamericano, pero también estamos estudiando corrientes universales y la práctica está en el corazón de la formación. 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: noticieros, documentales más largos o inclusive después de varios talleres ellos mismos ir a formar más grupos [...] 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.* T. Deronne: op. Cit.

¹³⁰ *Cualquier modelo de representación tiene que ser realmente representativo de lo que está sucediendo.* Sh. Mago: op. Cit.

¹³¹ *Rosero subraya la importancia de contenidos mediáticos sobre las comunidades de barrio que iluminan su agencia, la organización de la comunidad [...] como parte de un esfuerzo por organizarse para conseguir mejores condiciones de vida [original en inglés]* N. Schiller: op. Cit.

¹³² *Los criterios que se exigen para la transmisión de estos programas se encuentran en el acuerdo marco de nuestra línea editorial, que define que nuestra programación debe estar dirigida a la defensa de los derechos humanos, el desarrollo de la conciencia de género, el rescate de la identidad y del sentido de pertenencia del pueblo venezolano, el impulso de la unidad latinoamericana y la construcción de los poderes locales.* Catia TV: op. Cit.

define y agrupa a todos esos contenidos es "popular"¹³³. Pero ¿qué significa eso en concreto? De acuerdo a ellos mismos, hablar desde lo popular sería que los realizadores comunitarios hablaran 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 otros¹³⁴.

Sin embargo, Catia TV también puede usar 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 dirigente¹³⁵.

En el caso de Vive, un eje transversal a sus distintos programas es la centralidad de los sujetos comunes y corrientes¹³⁶. 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 niños¹³⁷, el noticiero indígena¹³⁸, el noticiero del cambio¹³⁹ y el noticiero de los trabajadores¹⁴⁰.

Pero la centralidad de los sujetos en sus condiciones estructurales parece ser un tópico que atraviesa

133 *Estamos seguros que estamos creando una nueva estética, algo nuevo, más popular, estamos en búsqueda de cosas nuevas y seguro que irán apareciendo.* R. Márquez, en Aporrea: op. Cit.

134 *Que por primera vez las comunidades populares tengan acceso al producción de los discursos audiovisuales y puedan convertirse en autoras y protagonistas de su propia historia [...] decidiendo no sólo sobre cual o tal tema quieren producir, sino 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.* Catia TV: op. Cit.

135 *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.* F. Falconi: op. Cit.

136 *En fin, hay más programas que podríamos comentar pero esta es un poco la dinámica profunda del canal: intentar que poco a poco el pueblo, la comunidad, sea la protagónica de los programas.* Sh. Mago: op. Cit.

137 *Mientras me estás haciendo la entrevista están difundiendo el noticiero de los niños. Y no es sino la realización del niño como sujeto dentro de él [...] Ahí estudia el lenguaje audiovisual y decide los temas que le interesa tratar. Entonces, es un ejemplo en que 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 esta.* T. Deronne: op. Cit.

138 *En el Zulia, donde hay un centro, un subcentro de Vive después de capacitar a una comunidad indígena, una comunidad indígena en particular ha estado realizando desde hace algunos meses un noticiero cada semana desde el punto de vista de la comunidad. Wayú, que es una de las principales comunidades indígenas de Venezuela.* Ibid.

139 *Está el noticiero, por ejemplo, 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. Porque esos noticieros muchas veces tienen un impacto directo en cuanto a movilizar a las masas.* Ibid,

140 *La comunidad se ve expresada también a través de un noticiero de los trabajadores. En este momento estamos capacitando también a los trabajadores de una empresa recién nacionalizada –Industria venezolana del papel– que en un proceso algo parecido al proceso argentino –pero aun incipiente– aquí han tomado la fábrica. Y en este núcleo de desarrollo endógeno que es ahora Invepal, la dimensión de la fabricación de información está presente también.* Ibid.

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 cual beneficios no esperados. Es el caso de un programa de cocina cuyo principal atributo radica en la proximidad y encuentro que genera en la audiencia¹⁴¹, un programa sobre niños estudiantes en que se produce un intercambio de experiencias escolares sin mediación de los adultos¹⁴² o un programa informativo -*Venezuela A dentro*- cuyo principal atributo es la disolución de la figura del periodista estrella y la emergencia de la gente común, desde su propio lenguaje y experiencias¹⁴³.

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 mediáticos¹⁴⁴.

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 permanente¹⁴⁵, donde la ficción sigue siendo un tema pendiente¹⁴⁶. Por lo mismo, conlleva el riesgo de no encontrar la adecuada empatía con la audiencia¹⁴⁷, cuestión que al mismo tiempo, es una de las principales

141 *Un programa nuestro reciente, tiene un concepto muy sencillo: rescatar la cocina popular, sus secretos, se llama "sabor a pueblo". Es bien diferente de la "cocina de Jacques" y de los programas culinarios "internacionales" de los medios privados. Ha sido un éxito increíble, la gente nos llama, quiere ver más episodios. Esto es algo más que anecdótico.* T. Deronne, en A. Aveda: op. Cit.; *Entonces nosotros vamos a la cocina de la gente del pueblo, donde cocina la señora con la vecina, la señora con el marido que la asiste. Entonces tratamos que sea contextualizado [...] Su gran valor es pues su humanidad [...] La relación de ella con su cocina, con sus peroles, con sus alimentos.* Sh. Mago: op. Cit.

142 *Hay una serie, por ejemplo, que se llama "Aprendiendo" que tiene que ver con lo educativo. Trata de tres niños que van de una escuela bolivariana a otra escuela bolivariana donde aprenden una actividad en la que ellos se han destacado [por ejemplo, la recolección del cacao] Un niño le enseña a otro niño, sin el control, de manera que no ven a niños disfrazados, imitando. Y entonces ellos tienen un espacio.* Ibid.

143 *Los diferentes equipos de realización disponen de una semana entera para preparar un tema de media hora. El rodaje sólo empieza al cabo de dos días dedicados a conocer y dar relevancia a los temas sobre los que la gente desea hablar. Una vez de vuelta a los estudios, todo el equipo trabaja en el montaje: cada uno es, por tanto, portador de la identidad global del trabajo en cada etapa de su realización. Cuando el programa se emite nunca aparecen cámaras y micros. Ni tampoco los periodistas. Fue difícil hacer aceptar este radicalismo de la invisibilidad periodística a algunos jóvenes surgidos de formaciones tradicionales según las cuales el grado de visibilidad es para el periodista la medida del talento y del éxito. Pero, para Thierry Deronne, responsable de los programas de información de Vive TV, la cadena se esfuerza por permitir que la gente se exprese de la manera más directa. No se necesitan comentarios "en off", ni presentadores o analistas. Lo ideal sería incluso "darles la cámara para que ellos mismo ofrecieran una imagen de su vida". Esto sería, continúa, "un verdadero éxito de la democracia participativa".* R. Lambert: op. Cit.

144 *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).* R. Lambert: op. Cit.

145 *La gente está en la búsqueda de su propia estética, de aprender a jugar con la cámara, con los planos, ponerse a inventar y poco a poco surgen nuevas interpretaciones, es un proceso.* R. Márquez, en Aporrea (2006)

146 *Y hay muchas zonas que sabemos que tenemos que abrir ahora, como el [...] de la ficción.* T. Deronne: op. Cit.

147 *El estilo de VIVE luce un poco lento y opaco, muchas veces el audio no es el mejor. La idea no es parecerse a la*

apuestas¹⁴⁸.

Separación medio – mensaje

De cara al propósito de construir poder local es clave lo que ellos denominan *separación medio – mensaje* o separación entre quienes son los representantes legales del canal (los miembros de la fundación comunitaria, siguiendo la legislación) cuya labor sería básicamente de mantenimiento o continuidad y quienes generan los contenidos que son programados; esto es, la comunidad¹⁴⁹.

Concretamente, la separación medio – mensaje significa que tanto Catia TV como cualquier estación comunitaria sólo puede producir por sí misma un máximo del 15 al 20% de la programación, por lo que el resto tiene que ser producido por voluntarios de la comunidad.

Consultoría Social

Otra figura interesante de la experiencia venezolana es la de la Consultoría Social, que ha sido instalada por Vive TV y que reafirma el carácter central de la audiencia como agente activo en la definición de la programación, una vuelta de tuerca a la misma idea de la separación medio - mensaje. La Consultoría consiste en una especie de consejo social integrado por representantes de distintos colectivos que con sus evaluaciones y propuestas inciden en la programación del canal, tanto a nivel de temas como también de ideas fuerza que debieran tener los contenidos emitidos que se refieran a los grupos que ellos representan¹⁵⁰.

televisión comercial pero deberían buscar la manera de hacer de vive un canal mas atractivo [opinión de una televidente, leído en un foro de internet de la página de Vive TV]

148 *¿Cómo se "conquista" a la audiencia en "tiempos posmodernos" desde un canal que se presenta sí mismo con fuerte carga educativa, social y cultural? Por la identificación, por el placer de reencontrarnos con nosotros mismos. No tenemos nada que ver con la lógica de la competencia.* T. Deronne, en A. Aveta: op. Cit.

149 *La separación del medio del mensaje [...] significa –en el caso de los medios comunitarios- que no puede haber ahí un director o directiva que baje la línea del contenido de los programas. Es solamente una función de la junta directiva mantener en buen estado el medio: desde la antena a cualquier otro material.* T. Deronne: op. Cit.

150 *Aquí dentro del canal para evitar cualquier separación o alejamiento entre el canal y la población se ha instalado una consultoría social que agrupa a representantes de los comités 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. De esta manera, cada dos semanas, al reunirse acá ellos nos evalúan, nos orientan y nos proponen. Sus decisiones son vinculantes. No es una consultoría graciosa que al final queda como una consulta nada más. Es realmente un elemento motor para que el rumbo del canal siga vinculado orgánicamente al desarrollo de sus necesidades, sus perspectivas, sus proyectos.* T. Deronne: op. Cit.; *Se supone que la consultoría social va a definir ideas fuertes en cuanto a los programas // [...] la escuela de la democracia [...] la memoria popular [...] el campo va a existir mucho más a partir de esta consultoría.* C. Borgogno y A. Ogando: op. Cit.

Estructura organizativa

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 emisora¹⁵¹.

Pero en el caso de Catia -al igual que en el caso de la mayoría de los medios comunitarios- se cuenta con un cordón de trabajo voluntario brindado por los ECPAIs, que gozan de un status interesante en términos organizacionales al combinar compromiso e independencia¹⁵². Que el único requisito para conformar un ECPAI sea pertenecer a una organización barrial actúa como un espacio de contención que contribuye al compromiso en el trabajo, pero al mismo tiempo genera un cierto nivel de autonomía de la estación que se expresa finalmente en los contenidos¹⁵³.

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 tiempo¹⁵⁴.

¹⁵¹ *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. Sh. Mago: op. Cit.*

¹⁵² *Los voluntarios -la mayoría de los cuales son residentes de barrios pobres- están organizados en pequeños equipos de producción llamados ECPAIs [...] Tras participar de un taller de producción de video libre proporcionado por la estación, estos ECPAI crean el grueso de la programación [...] Es importante destacar que como bien su nombre lo indica, son agrupaciones independientes y por lo tanto disponen de total autonomía. Catia TV: op. Cit. .*

¹⁵³ *Toda comunidad organizada tiene la posibilidad de solicitarle a la Televisora Comunitaria del Oeste que le permita participar en los talleres de formación audiovisual [...] Si la comunidad cumple a cabalidad con todas las pautas y asignaciones del taller y se compromete a trabajar organizadamente, entonces, automáticamente pasa a consolidarse como un ECPAI [...] Se hace con la comunidad un taller audiovisual que concluye con la elaboración, en formato digital, de un cortometraje y de un programa para televisión, los cuales son transmitidos y difundidos a través de la señal de Catia TV: Ibid.*

¹⁵⁴ *En Catia TV, aquellas primeras personas que aprendieron cómo usar las cámaras para hacer aquellos primeros*

ECPAIs (Equipos Comunitarios de Producción Audiovisual Independiente)

Los ECPAIs son otra figura que contribuye a hacer efectiva la independencia de los medios comunitarios mediante espacios para la formación de miembros de las comunidades como comunicadores sociales¹⁵⁵. 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 proceso¹⁵⁶.

Asimismo, los ECPAIs- están íntimamente relacionados con la concepción del emisor en el caso venezolano. Tanto los ECPAIs como su equivalente a nivel nacional (la Escuela Popular de Cine, vinculada a Vive TV) están constituidos sobre la idea de que cualquier persona puede ser emisor, que no se necesita ser experto¹⁵⁷. Los requisitos van más bien por el lado del crecimiento personal, el trabajo en equipo y en terreno¹⁵⁸. Por otro lado, en la medida que el emisor que produce el mensaje a su vez forma parte de la comunidad que lo receptiona (en un sentido geográfico como de comunidad de intereses), también ocurre que hay una correspondencia entre emisión y recepción.

En un guiño a la teoría, los ECPAIs vuelven praxis la figura del *Emirec*, postulada por el canadiense Jean Cloutier y por el argentino Mario Kaplún, la cual dice que cualquier persona expuesta a los medios adquiere habilidades que le permiten volverse un transmisor de mensajes¹⁵⁹. Desde la noción de EMIREC se percibe a los sujetos como emisores y receptores simultáneamente. Más que un novedoso vocablo combinado, constituye una categoría de análisis y una nueva manera de concebir a los participantes del proceso comunicativo, considerando las posibilidades y responsabilidades de cualquier persona en la construcción y recepción de mensajes.

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]. J. Podur: op. Cit.

¹⁵⁵ *Esto quiere decir que 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.* V. Sosa: op. Cit.

¹⁵⁶ *La tarea de hacer programas se la dejamos a los ECPAIs. Los grupos vienen, se inscriben, reciben unos talleres completamente gratuitos. Se les enseña todo: cómo hacer un guión, cómo manejar una cámara, la edición, etcétera; después les prestamos las cámaras y pueden hacer el trabajo de post producción aquí. Nosotros les prestamos los equipos porque la gente no tiene la posibilidad de comprar equipos tan costosos.* R. Márquez, en Aporrea: op. Cit.

¹⁵⁷ *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.* R. Márquez en: Aporrea: op. Cit.

¹⁵⁸ *Se pone el acento en "la experiencia sobre el terreno". Ahí donde la lógica comercial empuja a las cadenas privadas a limitar los rodajes "en exteriores", más caros, Vive TV antepone la formación de equipos y el enriquecimiento individual.* R. Lambert: op. Cit.

¹⁵⁹ M. Kaplún (1984) Pg. 14

La experticia de los emisores comunitarios del caso venezolano también corre por estas dos instituciones: los ECPAIs en el caso de Catia TV y La Escuela Popular de Cine en el caso de Vive TV.

En el caso de Catia TV, cada uno de los ECPAIs vinculados a la televisora surge de comunidades convencidas 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 sociedad¹⁶⁰. El canal 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 gobierno¹⁶¹. Por medio de los ECPAIs las televisoras fungen como facilitadores del empoderamiento de las comunidades, cuyo horizonte último es el desarrollo de su autonomía en términos comunicacionales¹⁶².

Aunque podría plantearse como diferencia una formación más estrictamente basada en la tradición audiovisual, el objetivo final de Vive en cuanto a formar gente de las comunidades que trabaje ya sea directa o indirectamente para el canal, parece ser el mismo¹⁶³.

Aunque en Vive TV los porcentajes difieren un poco -el máximo de programas de producción interna no debe sobrepasar el 40% y no existe la figura de los ECPAIs, sino que hay una Escuela Popular de Cine asociada al canal que ejerce una labor y función similar, la dinámica es similar, pero al mismo tiempo más compleja dado principalmente por su alcance¹⁶⁴.

Relación entre autodidactas y expertos

¹⁶⁰ *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* [original en inglés]. N. Schiller: op. Cit.

¹⁶¹ N. Schiller: op. Cit.

¹⁶² *Mientras ellos no tienen sus equipos propios, nosotros les prestamos, pero si ellos hacen créditos o buscan sus patrocinios propios, que son una opción aceptada, entonces pueden comprar su propia cámara y su propia editora.* [original en inglés]. G. Castillo, en N. Schiller: op. Cit.

¹⁶³ *En un año, yo cuento como 200 personas. Pero cuando digo formados, personas que realmente sí han realizado un programa o siguen produciendo. Porque también hay mucha gente que ha estado en los talleres, pero de oyentes o ha estado unos días solamente y luego se fue por uno u otro motivo. A veces porque trabaja. Pero que sin embargo, no les hemos cerrado la puerta. Había entonces mucha más.* T. Deronne: op. Cit.

¹⁶⁴ *Lo que hace distinto a Vive es que tiene que ser la voz del colectivo. Lo hace difícil, pero es su gran verdad además. El que uno trabaje 8, 10, 12 horas, que además duermas pensando en esto, es porque es así y que bueno que sea así.* Sh. Mago: op. Cit.

Con respecto 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 universitarias¹⁶⁵ como en el rol que jugaban los universitarios del barrio como interlocutores de las necesidades barriales ante las instancias de poder local¹⁶⁶.

La articulación entre autodidactas y expertos exige de parte de estos últimos una actitud de servicio y de puesta en común de sus conocimientos¹⁶⁷. Asimismo, existe en Catia TV un intento por quebrar la potencial lógica jerárquica -dada por el mayor conocimiento- en todas las instancias en que esto pueda ser necesario y posible¹⁶⁸.

En el caso de Vive, 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 coexistencia¹⁶⁹ -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 intensivo¹⁷⁰ el vacío dejado por profesionales de las comunicaciones para los cuales no es atractiva la opción de una televisión de orientación social y comunitaria¹⁷¹.

165 Para 1996, los videos de Catia TV circulaban entre amigos, vecinos y medio-activistas 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]. N. Schiller: op. Cit.

166 Rosero y Eekhout se volvieron agente culturales mediando entre los vecinos de Cementerio y los políticos afines en el gobierno local [original en inglés]: Ibid.

167 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. Ibid; Aquí nadie tiene que ser profesional para usar los equipos. Y si es profesional, está en la obligación de transmitir sus conocimientos”. Con esa sentencia, Gladys Castillo explica que su canal está integrado por personas de la comunidad, que han sido capacitadas e integradas a Catia TV a través de un sistema de Equipos Comunitarios de Producción Audiovisual Independiente (ECPAIs). F. Falconi: op. Cit.

168 Es un proceso lento, pero nosotros estamos tratando de romper las jerarquías. 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. Ibid.

169 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 [...]. Sh. Mago: op. Cit.

170 Mecanismos de formación y de movimiento interno sobre prácticas y conceptos de una televisión pública que permiten a los trabajadores que no han podido estudiar en una universidad, participar en la producción y elaboración misma de los programas. T. Deronne, en A. Aveta: (2005)

171 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 [profesionalmente] en estas áreas se ha dedicado a un mundo más alrededor del dinero. Y

La fórmula de Vive TV de mezclar en la emisión a expertos y no expertos es exitosa en la medida que obliga a los profesionales de las comunicaciones a abandonar un rol de vanguardia -ilustrada o tecnocrática- en la generación del discurso que transmite la emisora por medio de su programación¹⁷².

Financiamiento

Recursos humanos

A nivel de recursos humanos, el motor de todas las televisiones comunitarias son los ECPAs 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.

Apoyos en infraestructura

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 producto de la LOTEL 2000¹⁷³, la entrega en comodato del actual edificio que ocupa la televisora y el préstamo brindado por PDVSA¹⁷⁴, por nombrar algunas facilidades.

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 a los medios comunitarios de manera sistemática desde el 2005. Al primer semestre de ese año, esta tarea sumaba ya la entrega de 128 equipos¹⁷⁵.

es una gran tontería. Sh. Mago: op. Cit.

172 *Ser un poco humilde y decir: yo no tengo la posibilidad de manejar la verdad de este proceso. Yo programo esto y esto es lo que el pueblo necesita. Eso sería la vía expedita, rapidísima al fracaso. La idea es recoger y aprender a recoger. Aprender a oír. Aprender, sí. Hay que ser tolerante. Es difícil, pero es también la enseñanza. Puede ser complejo, puede crear angustia, puede crear frustración, puede tenerte movilizado todo el tiempo. Pero esa es la verdadera razón de ser. No puede ser otra. Ibid.*

173 RBV (2002b): artículo 158.

174 Ver apartado 1 de este capítulo.

175 *El kit que se entregará a los medios consta de audífonos, micrófonos, consolas de audio, computadoras, mobiliario, híbridos telefónicos, transmisores, sistemas radiantes (antenas), entre otros instrumentos que garantizarán los*

Publicidad

Por otro lado, una importante fuente de recursos para los medios comunitarios -también amparada en la legislación- es la publicidad, lo cual favorece la posibilidad de autogestión de los medios comunitarios, al tiempo de procurar el desarrollo endógeno de las propias comunidades, promocionando los productos de las pequeñas y medianas empresas que se encuentran dentro de su radio¹⁷⁶.

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 distintos organismos del Estado¹⁷⁷. Pero a pesar de los esfuerzos, los recursos parecen ser pocos y tienden a ser cada vez más insuficientes con el tiempo¹⁷⁸.

Vive 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, que no es poca (el 40% según explica la ley RESORTE y que aplica para todos los canales del país). 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 voluntariado¹⁷⁹.

estándares de calidad del sonido y la producción de las emisoras comunitarias. APC: op. Cit. Pg. 18

¹⁷⁶ *La coherencia filosófica digamos entre el medio comunitario y el tipo de publicidad que le permita luego autogestionarse. Es decir, que se dijo en el reglamento que ya los medios comunitarios podían autogestionarse mediante la publicidad de medianas y pequeñas empresas de la comunidad en la cual laboran.* T. Deronne: op. Cit.

¹⁷⁷ *Está la gente de publicidad y mercadeo, a pesar de que 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.* Sh. Mago: op. Cit.

¹⁷⁸ *Creo que es menos [el presupuesto] que el otro canal público, menos que la radio nacional y es una lucha mantener el presupuesto este año, pero creo que vamos a reconducir el mismo del año anterior. Si bien nuestras necesidades han crecido.* T. Deronne: op. Cit.

¹⁷⁹ *Hay una figura del productor independiente y es como en cualquier televisión. Se hace un contrato, un convenio de co-producción o de compra, sencillamente; entonces ahí hay pago obviamente con todo lo que significa la ley, los derechos de autor, según el número de difusiones que va a hacer durante el año, pagas tanto; y convenios de co-producción por supuesto: el mismo estándar que conocemos siempre de según el aporte de cada parte [...] En cuanto a la participación comunitaria no hay pago con el programa en el sentido que ahí más bien lo que se hace es*

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 regulatorio¹⁸⁰.

Consta que al menos durante estos últimos dos años -en que el proceso de transición ha sido retomado-, los representantes de las televisoras comunitarias han sido convocadas 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.

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.

Ibid.

180 CITELE (2005): Pgs. 74 - 76

Esto porque si bien desde el año 2000 hasta el 2005 se habían otorgado 74 habilitaciones a estaciones de FM, 15 estaciones de televisión UHF, 146 estaciones de FM Comunitarias y 25 estaciones de televisión Comunitarias, subsisten todavía más de 757 emisoras sin autorización administrativa operando en Venezuela, muchas de ellas ligadas a partidos políticos, iglesias o con intereses comerciales. Y 357 emisoras comunitarias a nivel nacional de gestión colectiva que están actualmente en trámites de legalización con CONATEL¹⁸¹.

¹⁸¹ APC (2005) Pg. 16

3. Breve reseña de otras experiencias internacionales

Australia

La televisión comunitaria comenzó en Australia en 1992, transmitiendo en señal analógica. Actualmente, hay servicios de televisión comunitaria en Brisbane, Sydney, Melbourne, Perth, Adelaide, Mount Gambier y Lismore. Todos operan a través del Canal 31.

El sector produce alrededor de 164 horas semanales de programación producida localmente en temas étnicos, religiosos, indígenas, juveniles, deportivos y artísticos.

El año 2001 las televisiones comerciales y nacionales comenzaron la transmisión en formato digital usando el espectro sin cargo alguno. Sin embargo, aunque actualmente todas las estaciones de televisión abierta tienen licencia analógica y digital -en el entendido de que desarrollen el proceso de transición de un formato a otro- no ha ocurrido lo mismo con las estaciones comunitarias ni con algunos canales regionales.

Durante el año 2006, la Ministra Federal de Comunicaciones Helen Coonan hizo grandes anuncios respecto del futuro de la televisión digital en Australia. En el contexto del "Digital Action Plan for Australia" el gobierno anunció que la opción para las televisiones comunitarias en el contexto digital era negociar directamente un canal con el operador de algún simulcast o múltiplex de los ya existentes¹⁸².

Este anuncio ha provocado la movilización nacional de la *Community Broadcasting Association de Australia*, la *Community Broadcasting Foundation* y del *Canal 31* en su totalidad, además de sectores académicos que apoyan sus demandas, tales como la Swinburne University y la RMIT University. Actualmente, Canal 31 y la RMIT University han conformado un grupo de trabajo denominado *Open Spectrum Australia*, donde desarrollan investigación aplicada procurando la obtención del más amplio acceso comunitario al espectro digital, así como animar el uso creativo de este espectro.

Su exigencia concreta es un "Full 7Mhz Digital Channel"; esto es, un múltiplex completo con la posibilidad de manejar 4 canales distintos, lo mismo que ha sido otorgado al resto de los canales comerciales y redes nacionales¹⁸³. La razón para esta demanda es que contar con más canales podría conectar a los sectores comunitarios, culturales y de producción independiente de Australia con nuevas audiencias y estimularía la innovación programática al menos del siguiente modo:

¹⁸² DCITA (2006) Pg. 27

¹⁸³ Cada canal nacional o comercial ha sido beneficiado con un canal digital completo de 7Mhz para el período de transición, con capacidad para transmitir en alta definición (HD) o para acarrear 4 canales separados de definición Standard (SD) a la vez (la capacidad equivalente a un canal análogo) [Original en inglés] E. Ronnie (2006) Pg. 3

- Dedicando canales para comunidades específicas; por ejemplo, un canal indígena
- Desarrollando programas locales de entretenimiento e información
- Abriendo un espacio para la producción digital independiente, profesional como amateur
- Facilitando información on – demand relativa a actividades de grupos diversos, construyendo una presencia multi – plataforma para organizaciones de la sociedad civil
- Servicios educacionales con contenidos relacionados
- Ser un punto de entrada a archivos culturales y colecciones
- Dar acceso a información gubernamental y de temas locales, incluyendo programas que entreguen herramientas a los ciudadanos para participar de debates nacionales.

En síntesis, el argumento del Tercer Sector en Australia es que contar con un múltiplex completo permitiría que los distintos intereses representados en la televisión comunitaria continuaran desarrollándose en coexistencia, con una mayor autonomía que la que puede implicar un solo canal analógico, abordando simultáneamente tanto temáticas locales como aquellas de alcance más nacional.

España

Las experiencias de televisión desde la sociedad civil comienzan a emerger en España en el contexto de la transición política, a continuación de un camino que ya había inaugurado previamente el movimiento de las radios libres primero en el resto de Europa y luego en España en la década de los 70s. Estas primeras experiencias tuvieron una naturaleza eminentemente artesanal y precaria, con un énfasis importante en las identidades locales, sin fines de lucro y afirmadas fuertemente en el apoyo de la comunidad inmediata.

Durante los 80s se produce un proceso simultáneo de tolerancia y cierres de estas televisiones, dada la inexistencia de un marco regulatorio¹⁸⁴. Esta situación propició la emergencia de nuevas experiencias, principalmente en Cataluña. Es así como en 1987, según diferentes fuentes, el número de emisoras existentes en este estado, todas ellas sin permiso de emisión y sin licencia administrativa, ya se calculaban entre 70 y 80¹⁸⁵.

Durante los 90s se profesionaliza el espacio local televisivo¹⁸⁶ y pierde presencia su componente más comunitario¹⁸⁷. De manera que estas últimas experiencias son absorbidas dentro de un movimiento más amplio de televisiones locales, que incluye algunas experiencias con propósitos comerciales y otras vinculadas a los ayuntamientos. Este proceso hace que no se desarrolle una política de apoyo explícito de las experiencias televisivas de alcance local, comunitarios o ciudadano por fuera del ámbito gubernamental o comercial. Aquellas que se alejan de estas fórmulas -Tele K en Madrid o TV Cardedeu en Cataluña, por ejemplo- continúan su existencia en base el voluntarismo y tesón de sus miembros.

En 1995 se elaboró un proyecto de ley sobre televisión local que reconocía la categoría de

¹⁸⁴ *En aquella época, el verdadero riesgo no era emitir sino, sobretudo, aparecer en los diarios, ya que ello desencadenaba en cierre inmediato por parte del Gobierno Civil. Se trataba, por tanto, de mantener las emisiones sin que eso trascendiera al espacio público de los centros de poder de la época, que luego de la evidencia de aquellas emisiones se veían "obligadas" a proceder a su cierre [original en catalán] M. de Moragas y E. Prado (2002) Pg. 9*

¹⁸⁵ M. de Moragas y M. Corominas (1988) Pg. 57

¹⁸⁶ *Los cambios principales no se producen en los idearios o en los modelos culturales de las televisiones locales, que perduran en el tiempo, sino en las formas de gestión y de profesionalización: se pasa de un modelo basado en el voluntariado a un modelo basado en el profesionalismo, de un modelo basado en el activismo sociocultural a un modelo basado en la lógica empresarial o en la institucionalización de las iniciativas [original en catalán]. M. de Moragas y E. Prado: op. Cit. Pg. 12*

¹⁸⁷ *Las tres modalidades posibles (e históricamente desarrolladas en el Estado español) de televisión local: comunitaria, comercial y pública-institucional todavía coexisten, pero las situaciones de hecho han acabado beneficiando aquellas titularidades con mayor solvencia económica y capacidad de control. Las grandes compañías han "comprado" y se han apropiado de frecuencias en un gran número de ciudades y poblaciones medianas de casi todas las comunidades autónomas mientras en otros casos, como el de Catalunya, las administraciones locales han apoyado y consolidado sus redes de titularidad pública institucional. Y todo ello ha contribuido a que el modelo de televisión local comunitaria se haya ido debilitando progresivamente hasta casi desaparecer. F. López y Mayugo (2004) Pg. 5*

televisiones vinculadas a la sociedad civil y sin fines de lucro como parte del ámbito local.

Sin embargo, esta ley nunca llegó a promulgarse debido a que en el período legislativo siguiente el partido gobernante era distinto y la cantidad de enmiendas a la ley han impedido hasta hoy su aprobación¹⁸⁸. Mientras tanto, las televisiones locales han seguido emitiendo en régimen de inseguridad jurídica y aquellas experiencias más vinculadas al Tercer Sector han continuado en una sensación de inseguridad similar.

En el 2004, los socialistas vuelven a ser gobierno. Como parte de sus promesas electorales, se encontraban una serie de medidas vinculadas al sector audiovisual, a saber:

- La creación de un Consejo Audiovisual de alcance estatal
- Elaboración de una Ley General Audiovisual (con su correspondiente referencia a la televisión local)
- Una reestructuración de los medios de titularidad pública (TVE, RNE y EFE)
- Una reformulación del proceso de digitalización, tanto de radio como de televisión.

En la práctica, la dos primeras medidas -que son a su vez las más relevantes en términos del ordenamiento general del sistema televisivo español- no se han concretado todavía, lo cual ha tenido como consecuencia que la transición digital y la entrega de concesiones correspondiente ha quedado en manos de las autoridades de cada estado autonómico, en un contexto en que muy pocas autonomías cuentan con una autoridad audiovisual. De esta manera, las concesiones han sido otorgadas a discreción de cada estado autonómico.

Esta situación ha dejado nuevamente en una posición de debilidad a las experiencias vinculadas al tercer sector, pues si bien ellas son reconocidas en el anteproyecto de Ley General Audiovisual, como esta ley no ha sido aprobada -con una alta probabilidad de que tampoco se apruebe durante el resto del presente gobierno-, cada estado autonómico ha comenzado la entrega de concesiones digitales sin generar convocatorias orientadas a las particularidades de este tipo de experiencias. Sin embargo, aún dentro de la ley general no cuentan con un estatus similar al sector privado - comercial y al público - estatal (en sentido general como autonómico) sino inferior, por lo que incluso aprobándose la ley ella no haría posible

¹⁸⁸ *De esta última etapa del PSOE en el gobierno, surgirá, entonces, una ley que, además de marcar una clara posición favorable al protagonismo municipal, cede diversas competencias a las comunidades autónomas. Excepto una, que resultará decisiva una vez que el PP arribe al gobierno: el plan de frecuencias, a partir del cual se pueden poner en marcha los concursos de concesión. El PP, que ya se había opuesto a la ley y que había anunciado que la retiraría cuando arribara al gobierno, va a optar finalmente por frenar el proceso, dejando en suspenso el otorgamiento de frecuencias y manteniendo la tolerancia, no sólo con las televisiones que emiten, sino también con las diversas alianzas y sinergias de producción y de capitales que se estaban sucediendo en el sector [Original en inglés]. M. de Moragas y E. Prado (2002) Pg. 65*

inmediatamente la sustentabilidad de un tercer sector¹⁸⁹.

La situación actual de Tele K en la Comunidad de Madrid y de TV Cardedeu en Cataluña ejemplifican adecuadamente la realidad de las televisiones de orientación ciudadana en España.

Tele K es un canal de larga tradición en este estilo y que producto de las concesiones digitales otorgadas por el gobierno autonómico ha perdido la señal por la cual era emitido pues en el nuevo plan digital su canal de emisión ha sido entregado a un proyecto de televisión privada. En este contexto, los miembros de la comunidad que siguen defendiendo el proyecto de Tele K y su antena han sido víctimas de hostigamientos y amenazas¹⁹⁰.

TV Cardedeu es el primer canal de orientación comunitaria surgida en Cataluña y en el resto de España. El año 2005 se cumplieron 25 años de su primera emisión. A este aniversario asistió la máxima autoridad autonómica, quien en su discurso señaló que a las puertas de la nueva televisión digital, televisiones como la de Cardedeu, debían tener un lugar en el nuevo mapa digital apostando por buscar y encontrar fórmulas que les garantizaran expectativas de futuro. Sin embargo, durante el año 2006 se dieron a conocer las concesiones otorgadas por el gobierno catalán y ninguna de ellas fue a dar a TV Cardedeu ni a ninguna otra experiencia de orientación ciudadana¹⁹¹.

Una situación similar ocurre actualmente también en el ámbito radial, donde hasta el momento se han entregado alrededor de 1800 concesiones. Del total, sólo una ha sido entregada a una radio de orientación comunitaria: Radio Klara, en la comunidad valenciana¹⁹².

¹⁸⁹ En su capítulo 3 (art. 18 y 19), el anteproyecto de Ley General Audiovisual recoge la existencia de servicios de difusión comunitaria y servicios de difusión de proximidad, por lo que las CC AA podrán destinar licencias a radios y televisiones gestionadas por entidades no lucrativas (tanto en analógico como en digital). Sin embargo, esta ley no establece un Tercer Sector Audiovisual en una situación de igualdad con los medios públicos-institucionales o privados-comerciales. Los servicios de radio y TV no lucrativos quedan como una opción marginal, reservándoseles un porcentaje muy reducido del espectro radioeléctrico, que dependerá además de cómo lo estime cada CC AA. Además, se prevé que esta ley se apruebe después del verano, por lo que cuando entre en vigor, las CC AA ya habrán concedido gran parte de las licencias de televisión y de radio en FM, lo que complica la aplicación de este cambio legislativo. M. Tabernas (2006)

¹⁹⁰ <http://www.vallecas.org/>

¹⁹¹ <http://www.cardedeu.org/tele/>

¹⁹² <http://www.radioklara.org>

Irlanda

Actualmente, el sistema televisivo en Irlanda se rige por una ley del año 2001 (Broadcasting Act). Esta ley tiene cuatro secciones relativas a los servicios de televisión: 36, 38, 39 y 41.

De modo general, la Broadcasting Act da al organismo regulador -la Broadcasting Commission of Ireland, BCI- la responsabilidad de fiscalizar los contenidos que se emiten en los distintos sistemas de transmisión: digital, cable, satélite y distribución musical (MMD). El acarreo de los servicios ha de ser un asunto a negociar entre postulantes y operadores.

Servicios adicionales de televisión están abordados en las secciones 36, 38, 39 y 41 de la Broadcasting Act. Las secciones 39 y 41 se refieren a los contratos por contenidos comunitarios (Community Content Contracts) y establece que en estos casos será la Comisión quien negociará el acarreo de estos servicios con los respectivos operadores. En este contexto la comisión ya ha tomado contacto con varios grupos interesados en la transmisión de programación comunitaria. Estas secciones señalan que la televisión comunitaria puede servir tanto a comunidades geográficas como a comunidades de interés y que estos servicios deben promover y apoyar la participación activa así como demostrar compromiso hacia los principios del empoderamiento y desarrollo comunitario.

A partir de Octubre 2006 Irlanda está llevando a cabo la implementación piloto de la televisión digital en un plan de dos años.

Por su parte, la *Community Media Network* de Irlanda junto con varias organizaciones de medios comunitarios ha venido examinando las posibilidades para la televisión comunitaria en Irlanda. En el año 2000, el departamento de desarrollo de la ciudad de Dublín comenzó un proceso de consulta respecto del futuro de la ciudad. Esto, combinado con la Broadcasting Act del 2001 ofreció un espacio concreto en el cual esta posibilidad podía llevarse a cabo. Es así como durante los últimos 6 años las organizaciones de medios comunitarios de Dublín han estado desarrollando una estrategia de trabajo para poder implementar este proyecto, pasando de un primer momento de mutuo conocimiento y generación de confianzas entre los distintos grupos interesados¹⁹³, junto a una revisión del aporte brindado por experiencias internacionales¹⁹⁴ a

¹⁹³ CMN (2003)

¹⁹⁴ S. Ó Siochrú (2002*)

un segundo momento donde ya han diseñado un plan de sustentabilidad¹⁹⁵, han trazado un posible itinerario de fases de desarrollo¹⁹⁶ hasta acabar en una solicitud para la provisión de servicios de televisión comunitaria a la BCI¹⁹⁷.

En este contexto, en mayo del 2006, la BCI anunció la firma de un contrato por 10 años con la Dublin Community Television Society Ltda. para la provisión de un servicio de contenidos de televisión comunitaria. El servicio comenzará a operar en forma piloto a principios del 2007 (dos horas diarias) para operar como servicio pleno (veinte horas diarias) a mitad del año próximo, pasando a ser emitida inmediatamente en soporte digital¹⁹⁸.

La Dublin Community Television (DCTV) ofrecerá un amplio rango de posibilidades por medio de los cuales las comunidades podrán aprender cómo administrar y participar en televisión, guiándose por los objetivos fundantes del canal: empoderamiento, participación y diversidad.

¹⁹⁵ S. Ó Soichrú (2002b)

¹⁹⁶ DCTV (2005a)

¹⁹⁷ DCTV (2005b)

¹⁹⁸ http://www.irtc.ie/news_information/press73.html

Reino Unido

No existe en el Reino Unido un tipo específico de licencia para la televisión comunitaria. Los servicios de televisión comunitaria en soporte analógico operan bajo licencias de servicios de televisión restringidos (RTS Licences). Este tipo de licencia fue introducida por la Broadcasting Act de 1996 y está orientada a servicios locales de televisión con fines de lucro. Bajo este paraguas, los servicios de televisión comunitaria se han adherido a estas licencias pero optando por operar sobre una base no lucrativa, sobre principios de servicio público y para beneficio de las comunidades en las cuales se insertan. Se perciben como un tercer sector de la televisión, distinto del público y el comercial, que son apropiados localmente y se deben a sus audiencias y se encuentran agrupados en la *Community Media Association (CMA)*.

Entre los problemas que plantean las licencias RTS es que tienen una duración de sólo cuatro años y luego vuelven a concurso. Si bien las licencias se pueden volver a solicitar, también quedan sujetas a las presencia de nuevos competidores que pueden solicitar las mismas licencias, con fines de lucro o sin ellos.

El gobierno se ha comprometido a llevar a cabo el apagón analógico entre el 2008 y el 2012, asegurando el acceso universal a televisión digital de alta calidad, tanto de manera abierta como por suscripción.

La Communications Act de 2003, por su parte, ha posibilitado la legislación sobre la televisión local digital y la CMA se encuentra haciendo campaña para procurar la creación de un nuevo tipo de licencia que permita la televisión comunitaria digital.

Como el cambio al soporte digital se aproxima, los poseedores de licencias RTS han solicitado una clarificación a largo plazo de su situación. El organismo regulador -la Ofcom- ha señalado que todas las frecuencias usadas en televisión analógica no estarán disponibles para el final del proceso de transición digital. Asimismo, está intentando cambiar las licencias RTS existentes hasta una fecha anterior pero lo más cercana al momento en que comience el proceso de transición, para así evitar encontrarse con las demandas de los canales con licencias RTS. La fecha que maneja Ofcom es el 30 de junio de 2007.

Desde el año 2005 la Ofcom está realizando un trabajo detallado sobre las perspectivas para la televisión digital local. La CMA está siendo consultada como parte de este proceso. El ente regulador debería ser capaz de entregar una información más detallada a los poseedores de licencias RTS -y en este contexto, a las experiencias de televisión comunitaria - sobre tales perspectivas durante el año 2007.

Proposiciones finales

La revisión internacional indica que no ha existido una sola manera de abordar la relación entre Tercer Sector Audiovisual y televisión digital, que se trata de un tema dinámico donde las decisiones de políticas de comunicación que se han adoptado en cada país dependen del marco legal previo, del nivel de organicidad de la sociedad civil, de la fortaleza y tradición de un tercer sector de la comunicación, del peso y relevancia de los intereses privados o gubernamentales y del rol que han jugado los Estados en la mantención de un equilibrio entre los diversos intereses.

Asimismo, la revisión internacional muestra la actualidad de la discusión, las decisiones y medidas que se están adoptando.

Esta diversidad de posibilidades y el carácter contingente del debate se convierte en una invitación a la búsqueda de un camino propio en el ámbito chileno. De todos modos, cualquier decisión que se adopte respecto a la introducción de nuevos actores en el espacio televisivo –comunidades geográficas, comunidades de interés, productores audiovisuales independientes- tendrá implicancias en términos de la idea de sociedad, de democracia y de participación que se pretende transmitir a través del sistema televisivo.

Al respecto, los países que han promovido (o al menos no obstruido) el desarrollo de experiencias de televisión del tercer sector hablan de culturas nacionales que valoran el papel que ocupa la sociedad civil como actor independiente del Estado y del interés privado en la construcción de los proyectos – país.

Algunos aprendizajes que se desprenden de la revisión internacional son los siguientes:

- Privilegiar un proyecto que incorpore la dimensión local y al mismo tiempo nacional podría abrir una ventana más amplia a la producción comunitaria e independiente, sin por ello perder este carácter.
- La legalidad brinda un estatus de legitimidad a este tipo de experiencias y al mismo tiempo facilita su acceso a fuentes de recursos diversas, a nivel nacional como internacional. Sin embargo, este estatus tiene sustentabilidad en el tiempo en la medida que a la vez el marco legal esté estructurado de manera que promueva la particularidad, independencia y autonomía del tercer sector con respecto a intereses de otros actores.

- Asimismo, el marco legal debe estar establecido de tal manera que facilite el financiamiento y el acceso a la mayor cantidad de fuentes posibles para la sustentabilidad económica, tales como exención de impuestos, provisión de equipamiento básico, posibilidad de realizar publicidad, acceso a fondos concursables de producción audiovisual, entre otros.
- A nivel de los emisores, han resultado experiencias exitosas aquellas donde hay un trabajo creativo y organizativo conjunto entre personas autodidactas interesadas y profesionales expertos, sin que necesariamente estos últimos ocupen posiciones de mayor jerarquía en virtud de su mayor conocimiento formal.
- En este plano, también han tenido éxito los proyectos que incorporan como parte de su dinámica el entrenamiento de personas autodidactas del entorno, puesto que ello al mismo tiempo contribuye a darle legitimidad social a la experiencia.
- Algunas experiencias han abordado el tema de la regulación de los contenidos. Al respecto, se propone el mismo marco que regula al resto del sistema televisivo en el ámbito chileno.
- En la medida que el acceso a la televisión de cable y al satélite no llegan a una mayoría de la población, cualquier política de promoción debiera utilizar la televisión digital terrestre para asegurar un alcance masivo y consistente con el público objetivo de las experiencias.

A nivel de organismos estatales y gubernamentales, la institucionalización de un tercer sector televisivo en Chile requiere de experticias diversas donde espacios tales como el Consejo Nacional de Televisión, la Subsecretaría de Telecomunicaciones, la División de Organizaciones Sociales o la Subsecretaría de Desarrollo Regional o el Ministerio de la Cultura pueden aportar respecto de distintas dimensiones o aspectos. Sin embargo, tan importante como esto ha de ser el trabajo conjunto con representantes de las experiencias de televisión principalmente de tipo comunitario que ya existen en Chile y que cuentan con un reconocimiento social a nivel nacional como internacional. Son ellos quienes conocen de primera mano lo que significa desarrollar un proyecto comunicativo de base social. Contar con ellos también contribuiría a darle legitimidad a esta institucionalización.

Bibliografía

Presentación del informe

Katz, Y.: *Media Policy for the 21st century in the United States and Western Europe*. Hampton Press, Cresskill - New Jersey (2005)

Jankowski, N. y Prehn, O.: *Community media in the information age: perspectives and prospects*. Cresskill : Hampton Press, 2002 .

Mayugo, C.y López, F.: "Un tercer sector audiovisual para la diversidad cultural". Paper presentado al diálogo "Diversidad Cultural y comunicación". Forum Universal de las Cultures, Barcelona (2004). URL: http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/148_mayugo.pdf

Ó Siochrú, S.: *Lessons from international experience. A Feasibility Study and Action Plan for a Dublin Community Television Channel*. Dublin Community Media Forum, Dublin (2002a). URL: <http://www.activelink.ie/cmfdocs.html>

Ó Siochrú, S.: *Community Television in Ireland. A third pillar under construction*. Broadcasting Conference, September 27. Dublin Community Media Forum, Dublin (2002b). URL: http://www.activelink.ie/cmfdwl/BC_present.ppt

Raboy, M.: "Rethinking broadcastig policy in a global media environment", en: G. Ferrell & T. Hujanen (eds.): *Broadcasting & Convergence. New articulations of the public service remit*. Nordicom, Göteborg (2003). Pgs. 41 – 55

Caso estadounidense

ACM (Alliance for Community Media): *Community Media Resource Directory*, 2004. URL: <http://www.bevcam.org/peg/>

Aufderheide, P.: *The New Deal. How digital platforms change negotiations between public media and*

Independent Producers Washington: Center for Social Media – ITVS, 2006. URL: <http://www.centerforsocialmedia.org/files/pdf/NewDeal1.pdf>

Bertrand, C.J.: *La Televisión en Estados Unidos ¿Qué nos puede enseñar?*. Madrid: ediciones RIALP, 1992.

Boyle, D.: "Guerrilla Television", en: P. D'agostino y D. Tafler (eds): *Transmission. Toward a post – television culture* (2º edición). California: Sage, 1995. Pgs. 151 – 183

Boyle, D., "Un epílogo para la Guerrilla TV". *Acción Paralela*, nº 5, Madrid, enero 2000. URL: <http://www.accpa.org/numero5/guerrilla.htm>

Buske group (The): *PEG Access Basics*. URL: http://www.buskegroup.com/PEG_Access_Basics.pdf

Cohen, J.: La concentración de los medios de comunicación en Estados Unidos. 02 – 03 – 2000. URL: http://www.movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=996

D'agostino P. y Tafler, D. (eds): *Transmission. Toward a post – television culture* (2º edición). California: Sage, 1995. Pgs. I – XXV

Halleck, Dee dee: *Hand – Held visions. The Impossible Possibilities of Community Media*. New York: Fordham University Press, 2002.

Kellner, D.: "Public - access television and the struggle for democracy" en: J. Wasko and V. Mosco (eds.): *Democratic Communications in the Information age*. Toronto: Garamond Press, 1992. Pgs. 100 – 113

León, O.: *EE.UU.: Triunfo de los monopolios mediáticos* 06 – 06 – 2003. URL: <http://alainet.org/docs/3844.html>

Miguel, J. C.: "Caracterización de la regulación de la FCC". *Boletín Digital de Políticas de Comunicación*. Año 4, Vol5. Buenos Aires, UBA: 2006. URL: http://www.pyp-uba.com.ar/news15/pdf/1.htm#_ftn15

Newcomb, H.: "Public Televisión now and later". 05 – 11 – 2001. URL: <http://www.centerforsocialmedia.org/publictelevisionnowandlater.htm>

Rivkin, Steven R.: *Cable Television: A Guide to Federal Regulations*: California: The Rand Corporation, 1973.

Roberts, J.: "Public access. Fortifying the electronic soapbox". *Federal Communications Law Journal*. V47, n1 (1994- 1995). URL: <http://www.law.indiana.edu/fclj/pubs/v47/no1/roberts.html>

Stein, L.: "Access Television and grassroots political communication in United States" en: J. Downing: *Radical Media*. Thousand Oaks, Sage: 2001. Pgs. 299 – 325

Tactical Media Group – UMASS Boston: *Telecommunications Legislation Toolkit version 1.0*. April 28, 2006. URL: http://www.cpcs.umb.edu/%7Edanielle/telecompolicytoolkit_v1.pdf

Tucho, F.: "La sociedad civil ante el sistema mediático. El Movimiento de Reforma de los Medios en Estados Unidos". ZER n°20 (2006).

Paginas web:

Paper Tiger TV: <http://www.papertiger.org>

Deep Dish TV: <http://www.deepdishtv.org/>

Free speech TV: <http://www.freespeech.org>

New York State Council of Arts: <http://www.nysca.org/>

Campaña Save the Internet : <http://www.savetheinternet.com/>

Campaña Save the Public Access: <http://saveaccess.org/>

United States Department of Treasury. Internal Revenue Service:
<http://www.irs.gov/charities/charitable/article/0,,id=155030,00.html>

Caso Venezuela

APC (Asociación para el Progreso de las Comunicaciones): *Ejercicio de la libertad de expresión por medios de comunicación comunitarios. Informe Anual sobre situación en Venezuela 2004-2005*, 2005. URL: http://www.apc.org/apps/img_upload/5ba65079e0c45cd29dfdb3e618dda731/ALC_Informe_situacion_en_Venezuela.pdf

Aporrea - ENcontrARTE.: "Nuestro lema es: no vea televisión, hágala". Entrevista a Ricardo Márquez, director de Catia TV, televisora venezolana 03 – 01- 2006. URL: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=25018>

Aveta, A.: "El espectro radioeléctrico es patrimonio público. Entrevista a Thierry Deronne", en: Momarandu , 26 – 06 – 2005. URL: <http://www.momarandu.com/amanoticias.php?a=3&b=0&c=40934>

Borgogno, C. y Ogando, A.: "Vive TV, un medio para ayudar a construir la revolución en Venezuela". Entrevista a Thierry Deronne. 07- 02 – 2006. URL: <http://www.lahaine.org/index.php?p=12363&more=1&c=1>

Catia TV (s/f). URL: <http://www.nodo50.org/antiescualidos/Portal/Secciones/experiencias/catiatve.htm>

CITEL – OEA: *Guía de implementación de radiodifusión de televisión terrenal digital. Comité Consultivo Permanente II: Radiocomunicaciones incluyendo Radiodifusión*. Comisión Interamericana de Telecomunicaciones de la Organización de los Estados Americanos, 2005. URL: http://www.citel.oas.org/sp/ccp2-radio/TV%20Digital/P2!R-0811p1r2_e.pdf

CONATEL: *Mesa 3. Organización y participación ciudadana*. Conclusiones, en: "Actas del Foro internacional de Responsabilidad Social en Radio y Televisión". 21 y 22 de octubre: 2005.

Deronne, T.: *Entrevista personal a Thierry Deronne*. Subdirector de Vive TV (2005)

Falconi, Franklin: "Catia TV: no vea televisión, Hágala", en: *Voltaire*, 16 – 09 – 2005. URL: <http://www.voltairenet.org/article128116.html>

Kaplún, M: *Comunicación entre grupos: el método del cassette-fora*. Ottawa: IDRC, 1984

Lambert, R.: "Venezuela: Vive TV o la comunicación al servicio de una nueva ciudadanía", en: *Rebelión* 04 – 09 – 2004. URL: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=4178>

Mago, Sh: Entrevista personal a Sheyla Mago, Directora de programación Vive TV (2005)

Podur, J.: "Venezuelan Community TV". Interview With Blanca Eekhout, Director Of Vive. 09 – 06 – 2004.

URL: <http://www.zmag.org/content/showarticle.cfm?SectionID=40&ItemID=6174>

RBV (República Bolivariana de Venezuela): Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453 de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas: 2000a. URL:

<http://www.tsj.gov.ve/legislacion/constitucion1999.htm>

RBV (República Bolivariana de Venezuela): Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Publicada en Gaceta Oficial N° 36.970 de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas: 2000b. URL:

http://www.tsj.gov.ve/legislacion/LT_ley.htm

RBV (República Bolivariana de Venezuela): Reglamento de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro. Publicado en Gaceta Oficial N° 37.359 de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas, 2002. URL:

http://www.conatel.gov.ve/downloads/marco_legal/ReglaAbiertadeSP.zip

RBV (República Bolivariana de Venezuela): Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Publicada en Gaceta Oficial N° 38.081 de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas, 2004. URL:

<http://www.leyresorte.gob.ve/index.asp>

Schiller, N.: "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)

Sosa, V.: "Los medios, la réplica y los completos", en: *La Cuadrilla* Año1 N°2 (2005). URL:

http://www.documentalistas.org.ar/nota-boletin.shtml?sh_itm=b8de57ff60833ca12c40909476c25d82

Caso Australia

C31: *I want my DIGITAL community television!*, 2006. URL: www.c31.org.au/digital/Digital_Info_Kit.pdf

DCITA (Department of Communications, Information Technology and Arts): *Ready, Get Set, Go Digital: A*

Digital Action Plan for Australia. Australian Commonwealth, 2006. URL: www.dcita.gov.au/_data/assets/pdf_file/53496/Digital_Action_Plan_web.pdf

Ronnie, E.: *A vision for the Community Use of Digital Television Spectrum.* Community Spectrum Taskforce, marzo 2006. URL: <http://mams.rmit.edu.au/02h3dsk70ib71.pdf>

Caso España

Mayugo, C. y López, F.: "Un tercer sector audiovisual para la diversidad cultural". Paper presentado al diálogo "Diversidad Cultural y comunicación". Forum Universal de las Cultures, Barcelona (2004). URL: http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/148_mayugo.pdf

Moragas, M. y Corominas, M.: *La Comunicación local en Cataluña : 1975-1988 : espacios de comunicación y participación.* Diputación de Barcelona, Barcelona : 1988

Moragas, M. y Prado, E.: *Les Televisions locals a Catalunya: de les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat.* Monográfico de: Quaderns del CAC, núm. Extra. Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Barcelona : 2002. URL: <http://www.audiovisualcat.net/publicacions/tvlocal1.pdf>

Tabernas, M.: Legislación audiovisual ¿Reforma audiovisual o más de lo mismo?. *Diagonal: Especial Políticas del sector audiovisual*, 2006. URL: <http://www.diagonalperiodico.net/article307.html>

Páginas web:

Tele K: <http://www.vallecas.org/>

TV Cardedeu: <http://www.cardedeu.org/tele/>

Radio Klara: <http://www.radioklara.org/>

Caso Irlanda

BCI (Broadcasting Commission of Ireland): *BCI signs contract with Dublin Community Television*, 14 – 05 – 2006. URL: http://www.irtc.ie/news_information/press73.html

CMN (Community Media Network): *Community Television Developments in Ireland 2001 – 2002*, 2003. URL: <http://www.cmn.ie/cmnsitenew/pdf/Centre%20piece%20S&H%20May%2003.pdf>

DCTV (Dublin Community Television): *Vision and phases of development* 2005a. URL: <http://www.dctv.ie/docs/visiondocument14thmarch.pdf>

DCTV (Dublin Community Television): *Application for a Community Content Contract*, 2005b. URL: <http://www.dctv.ie/documents/Application%20fw.pdf>

Ó Siochrú, S.: *Lessons from international experience. A Feasibility Study and Action Plan for a Dublin Community Television Channel*. Dublin Community Media Forum, Dublin (2002a). URL: <http://www.activelink.ie/cmfdocs.html>

Ó Siochrú, S.: *Building Community Through Television: A Plan for Dublin Community Television*. Dublin City Development Board, Dublin: 2002b. URL: <http://www.dctv.ie/docs/dctv-BuildingCommunityThroughTelevision.pdf>

Páginas web:

Broadcasting Commission of Ireland: <http://www.bci.ie/>

Caso Reino Unido

Community Media Association: <http://www.commedia.org.uk/>