

LA SEÑAL COMUNITARIA. MARCHAS Y CONTRAMARCHAS DE LA OPCIÓN ALTERNATIVA EN COMUNICACIÓN

THE COMMUNITARIAN SIGNAL. ADVANCES AND SETBACKS OF THE
ALTERNATIVE OPTION IN COMMUNICATION

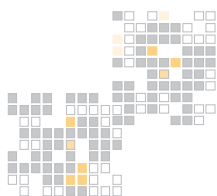
*O SINAL COMUNITÁRIO. MARCHAS E CONTRAMARCHAS DA OPÇÃO
ALTERNATIVA EM COMUNICAÇÃO*

Orlando Villalobos Finol

■ Profesor de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia (LUZ). Doctor en Ciencias de la Comunicación por LUZ. Autor del libro "Reinventar la comunicación" (2015) Editorial Galac; "Comunicación comunitaria y agendas periodísticas: desafíos, encuentros y conflictos" en la revista Quórum Académico. volumen 11, N° 2, julio-diciembre de 2014.

■ E-mail: orlandovillalobos26@gmail.com

38



RESUMEN

Este artículo examina la presencia y límites de la opción comunicacional comunitaria, a partir de la experiencia venezolana. Con esa finalidad se postula una idea-fuerza de comunicación que no se agota en el mensaje con fines comerciales y mercantiles. Hace una lectura crítica de la experiencia y se ubican los avances y las debilidades. A partir de los aportes de La Ley de la Comunicación Popular, aprobada en diciembre de 2015, se analiza el contexto comunicacional y se enumeran los desafíos inmediatos, que surgen cuando se propone la creación de un sistema de comunicación, que propicie democracia y ciudadanía.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN; COMUNIDAD; CIUDADANÍA; MEDIOS COMUNITARIOS.

ABSTRACT

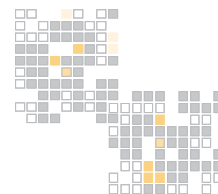
This paper examines the presence and limits of the communitarian communication option from the Venezuelan experience. The study defends an idea-power of communication that is not exhausted by the message with commercial and market purposes. A critical review of the experience is prepared and its advances and weaknesses are stated. Based on the contributions generated by the Popular Communication Law, enacted in December 2015, the communicational context is analyzed and the immediate challenges are posed, arising out of proposing the creation of a communication system that enables implementation of democracy and citizenship.

KEYWORDS: COMMUNICATION; COMMUNITY; CITIZENSHIP; COMMUNITARIAN MEDIA.

RESUMO

O artigo examina a presença e os limites da opção comunicacional comunitária, tendo como ponto de referência a experiência venezuelana. Postula-se uma ideia-força de comunicação que não se esgota na mensagem com fins comerciais e mercantis. Faz-se uma leitura crítica da experiência e se enunciam os avanços e as fraquezas. A partir das contribuições da Lei da Comunicação Popular, aprovada em dezembro de 2015, analisa-se o contexto comunicacional e se listam os desafios imediatos que emergem quando se propõe a criação de um sistema de comunicação que propicie democracia e cidadania.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO; COMUNIDADE; CIDADANIA; MEIOS COMUNITÁRIOS.



¿Cuál es el papel de los medios comunitarios? ¿Qué se le tiene que exigir a este tipo de medio? Estos medios están llamados actuar con los pies –y el corazón– puestos en la comunidad –barrio, esquina, calle, organización social.

Es una definición simple, pero al mismo tiempo sustancial. No es el medio del partido, el Estado o la iglesia, con lo que nos tropezamos con frecuencia. No es el medio para la propaganda, el asistencialismo, ni la salida providencial.

Es el medio para otro tipo de comunicación, aquella que no se agota en el mensaje con fines comerciales y mercantiles; y que trasciende al espectáculo que busca estimular el consumismo.

La comunicación comunitaria, alternativa o popular se define por su disposición para la elaboración y creación colectiva. Esa es su misión y su reto. Por tanto, si se habla de proponer la organización popular y colectiva se debe pensar en una comunicación en la que haya lugar para la crítica, la diferencia, el disenso; se tiene que pensar en una comunicación que abra las posibilidades de debate y el diálogo; se tiene que militar en una comunicación en la que el otro es el otro, “un ser al que puedes acompañar en el aprendizaje, con el cual puedes vivir, compartir experiencias (...) el otro como tú y no como un instrumento para” (Prieto Castillo, 1998: 135).

Pero esa comunicación no se puede agotar en el debate argumentativo y en la lógica del afán por convencer. El tema, el asunto o el reto, está en la comunión y el encuentro que podamos generar. Insistimos mucho en la diferencia y dejamos de lado todo lo común que nos reúne; la historia pequeña que compartimos, la comida de nuestros gustos y las costumbres que somos; las canciones que están en el ADN cultural o en el fondo musical de nuestra cotidianidad.

Comunicación comunitaria es aquella que construye comunidad, sentido de pertenencia y destino común. Lo otro es la reiteración de la comunicación tradicional que conocemos.

La referencia a la comunicación comunitaria y popular se inscribe en una orientación de construcción de poder popular o alternativo, y por tanto de creación de un tejido social solidario, que ensaye formas de convivencia distintas a lo ya conocido, es decir, la competencia inhumana, agresiva e infeliz; en esa suerte de sálvese quien pueda, con el que tropezamos por ahí.

Ese tejido social es el encuentro que generan las organizaciones populares, llámense consejos comunales, comunas, grupos culturales o como cada quien pueda o quiera.

Son estas organizaciones necesarias, pequeñas y en permanente constitución las que nos permiten reconocernos y juntarnos para construir los proyectos que hacen falta en la comunidad.

En la perspectiva que proponemos hay dos dimensiones que están suficientemente delimitadas: comunicación y medios comunitarios. La comunicación comunitaria es el concepto, la perspectiva; una visión compleja de interacción humana. Es una noción que puede aplicarse a cualquier tipo de intercambio y convivencia humana. El medio, en cambio, es el espacio o la plataforma que responde a una visión que se distingue de los medios privados o comerciales, y de los estatales, muchas veces definidos o autodefinidos como públicos. En América Latina esta acotación es necesaria.

Si bien en una época anterior, décadas de los años 70 u 80, los medios comunitarios se caracterizaban por ser artesanales y rudimentarios, ahora debe ponderarse que se ha ampliado el abanico de posibilidades para el ejercicio comunicacional comunitario. Ahora se cuentan con radios, canales de TV, páginas web y blogs, canales en Internet, las llamadas redes sociales, y las tradicionales publicaciones impresas, en tinta y papel.

1. Volver al futuro. Antecedentes.

Para encontrar una explicación de lo que sucede en el entramado comunicacional venezolano

es necesario ubicar los antecedentes. Desde finales de la década de los 80 el contexto sociopolítico ha experimentado cambios.

Los días 27 y 28 de febrero de 1989 constituyen un hito en cualquier interpretación que se haga. En esa ocasión se produjo un terremoto social, conocido como El Caracazo. La protesta social se hizo masiva e incontenible. Dejó un saldo desfavorable de más de tres mil víctimas, entre fallecidos y heridos. Este acontecimiento que marca la historia reciente generó otras reacciones y consecuencias, como el levantamiento de lidera el comandante Hugo Chávez, el 4 de febrero de 1992. Muchas veces se juntan o vinculan estos dos acontecimientos recientes de la historia venezolana, lo cual es válido, pero no debería obviarse que el primero es el que marca la historia posterior.

Lo que vino después es conocido. Hugo Chávez gana las elecciones presidenciales en 1998 y permanece en el gobierno hasta marzo de 2013, fecha de su fallecimiento. En ese periodo, comienza en 1998, el movimiento favorable a la comunicación alternativa o comunitaria empieza a expresarse y logra en 2002, que mediante decreto presidencial se apruebe el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro. El hecho tiene su importancia porque por primera vez se establecen las primeras normas para las comunitarias.

Pero hay que volver sobre sucesos como El Caracazo porque como acotan Modonesi y Svampa (2016): “En el origen del llamado *cambio de época* estuvo el tumultuoso y plebeyo conflicto social y no la política institucional ni tampoco la prístina conquista del palacio”. A veces se resalta de tal modo el protagonismo del liderazgo que se deja de lado ese dato.

“En América Latina fueron los movimientos populares quienes abrieron nuevos horizontes desde los cuales pensar la política y las relaciones sociales, instalando otros temas en la agenda política: desde el reclamo frente al despojo de los

derechos más elementales y el cuestionamiento a las formas representativas vigentes, hasta la propuesta de construcción de la autonomía como proyecto político, la exigencia de desconcentración y socialización del poder (político y económico) y la resignificación de los bienes naturales” (Modonesi y Svampa, 2016). Estos movimientos contribuyeron al surgimiento de un nuevo liderazgo político y encontraron vías para su expresión. Se juntaron o sumaron con corrientes políticas que levantan banderas de soberanía, latinoamericanismo y de lucha contra la pobreza y la desigualdad social (Borón y Klachko, 2016).

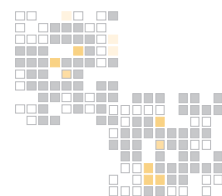
2. La lectura crítica y los nuevos desafíos

La mesa tiene tres patas. El Estado, el mercado y la organización social o popular.

La metáfora convertida en consigna de “vamos a tomar el cielo por asalto” no se limita a ejercer influencia en el Estado o a presidir el gobierno, como ha ocurrido en los tiempos en que el movimiento bolivariano ha jugado un rol protagónico en Venezuela. No resulta suficiente con conseguir la mirada benefactora del poder constituido. Falta como ingrediente clave la organización popular. Solo cuando alguien se organiza adquiere sentido de pertenecer a lo común y colectivo, tiene cultura colectiva, y se convierte en un ciudadano organizado y no simplemente en un consumidor de lo que el capitalismo le ofrece. Cytynblum (2009: 42) lo refiere de este modo: “No hace falta ser carpintero para saber que tres es el mínimo número de patas para que una mesa se mantenga en pie. Es decir, el tercer sector, o sea, los ciudadanos organizados, ejercen un arbitraje que es fundamental para que la sociedad no solo sea estable, sino incluso, posible”.

Si hacemos una traducción mediática de esta mesa nos conseguimos con los medios públicos o estatales, los medios comerciales y mercantiles, y los medios comunitarios.

Los medios estatales vienen de la orfandad. De



ser casi inexistentes o declaradamente obsoletos, en equipos y programas; ganaron terreno desde 1998 cuando surgieron los gobiernos populares en Venezuela, Argentina, Brasil, Bolivia y Ecuador. Ahora están sometidos a los vaivenes que generan las marchas y contramarchas políticas. La restauración conservadora se levanta como una amenaza de retroceso de las experiencias recientes, que buscaban crear medios que no estuvieran sujetos siempre a los dictámenes del mercado.

En estos últimos años, un dato presente ha sido la resistencia de los grandes conglomerados mediáticos a revisar las condiciones en las que ejercen el dominio del mercado comunicacional. Se han opuesto a las leyes aprobadas y se han convertido en los epicentros de vastas campañas contrarias a cualquier cambio social.

Es en este contexto donde resulta relevante que la organización popular se exprese con capacidad para la comunicación, el periodismo y la cultura. De allí deviene la importancia de los medios comunitarios, porque esa tarea es primordialmente del movimiento ciudadano organizado. Creer que eso lo puede hacer solo el Estado es iluso o peor, transitar por el camino equivocado.

Los medios comunitarios no pueden eludir la crítica, ni la evaluación, ni la autoevaluación. Desde la mirada conservadora son “medios paraestatales”. En muchos casos son tratados como apéndices de líneas gubernamentales, que los reduce a ser voceros de lo que se repite en los medios estatales.

Pero más allá de esa mirada poco amable o declaradamente hostil, este espacio de la comunicación está llamado a re-pensarse y re-mirarse, para deletrear entuertos y reprogramar su visión.

Demasiadas veces las comunitarias repiten el modelo comunicacional hegemónico; repiten el mundo conocido y no van más allá. Demasiadas veces sobreviven en condiciones difíciles, sin fuerza para reponer los equipos técnicos, con menos apoyo estatal que el pregonado. Con fre-

cuencia apagan la señal, no reciben la habilitación –autorización– de Conatel y se aíslan de la propia comunidad a la que pertenecen. Se convierten en la emisora del grupo que la hace y poco se identifican con la organización social a la que deberían rendir cuentas, responder y actuar de manera conjunta.

Allí está el reto. Levantar la voz, la palabra y la señal, para que este proyecto necesario se transforme en esperanza y espante los malos espíritus. Ese es un reto de quienes están en ese campo de la militancia política y de todos aquellos que valoran la organización social y popular como vía para el cambio social.

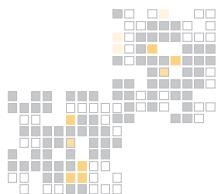
En la sociedad compleja que transitamos, en palabras de Edgar Morín, la comunicación alternativa y comunitaria no se limita a las radios y a algún intento televisivo. Mucho menos a aquellos intentos en el que tanto sudamos y derrochamos riesgo, en publicar periódicos impresos en empresas y barrios.

Ahora estamos sumergidos en una profunda transformación tecnológica, que modifica el soporte, la forma y el fondo de la comunicación. La onda digital se expande con una potencia exagerada. Se amplifican y diversifican los canales.

¿Cómo hacemos? La nueva realidad comunicacional requiere de nuevas destrezas, nuevas habilidades, nuevas competencias para poder aprovechar los beneficios de los medios actuales, a la vez que evitar sus peligros.

Sigue la experiencia de la radio comunitaria, organizando reuniones y conversatorios, video-foros; siguen las ponencias sobre el tema en jornadas y congresos, pero sin desdeñar la potencia virtual, en un mundo –y en un país– donde ya hay más celulares que gente y donde se dedican más horas a Internet que a la televisión.

El análisis y estudio de la situación no puede limitarse a lo que ocurre desde el Estado. La experiencia venezolana, y de un poco más allá, está señalando que para modificar la correlación de



fuerzas y avanzar en políticas públicas se requiere de la presencia viva, organizada y audaz del pueblo. Es la manera de detener e impedir que la ofensiva del capital, de los grupos económicos monopólicos, de las grandes corporaciones mediáticas logre su cometido.

Faltan políticas públicas diferentes y un Estado con una orientación distinta, pero sobretodo falta hacer realidad, y no mera consigna, la idea de un poder popular que actúe e intervenga. De eso es que hablamos cuando nombramos a las organizaciones sociales y al mundo de la comunicación comunitaria, con sus medios y sus reales dificultades.

Los medios comunitarios surgen como expresión de algo diferente. Muestran un ángulo visible e importante de un tipo de organización que viene de la comunidad, no tradicional; con frecuencia intenta prácticas diferentes a la de los partidos, sindicatos, gremios y otras formas conocidas. Entre sus virtudes vale la pena resaltar el acento sobre la autonomía, la dimensión territorial y el trabajo para una integración realmente popular, de base.

En la experiencia venezolana reciente, en los años de la revolución bolivariana, ha habido una contradicción latente entre el interés por favorecer y cultivar el surgimiento de un sujeto –y movimiento– popular, visibilizado por vía de las organizaciones sociales, y el intento por domesticar estas nuevas formas. La antigua sombra del Estado que ejerce el control social continúa latiendo.

Desde el Estado-gobierno es recurrente la práctica de buscar controlar las formas organizativas populares que germinan. Esta tendencia se describe en ese lenguaje que dice que hay buscar “las orientaciones que vienen de arriba” o que “estamos esperando que los recursos bajen”. Este ha sido uno de los talones de Aquiles del ejercicio de gobierno, y muchos funcionarios, conscientes o no, han propiciado estas discutidas artes.

El lenguaje, que tanto visibiliza el contenido

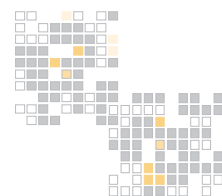
de un discurso, en esta etapa ha sacado a relucir nuevas definiciones o conceptos-horizonte. En la apreciación de Modonesi y Svampa (2016) se habla de bienes comunes, buen vivir, misión social, poder popular, comunas, comunalidad, pos-extractivismo, democratización, comunidad, participación, medios comunitarios... Si sumamos estos conceptos o los relacionamos encontramos una exposición coherente de este “cambio de época”.

Estas palabras muestran el lado bondadoso y las aspiraciones del ideal político que se ha estado expresando en este periodo; muestran esa intención, nítidamente definida, de edificar una democracia con nuevos contenidos, en donde haya la participación y el protagonismo de un sujeto popular, “capaz de organizar, de construir y de crear redes de solidaridad” (Dri, 2008: 40).

En síntesis, la aspiración profunda, noble, de largo aliento está reflejada: construir un tejido social solidario, una democracia de participación, conseguir igualdad social, superar en Venezuela el rentismo convertido en la cultura que se asienta sobre un país improductivo, en fin. En resumidas palabras, superar el realismo trágico.

Para construir y avanzar en este propósito, el relato emancipador nos propone edificar el poder popular. En esa idea se ha insistido mucho en la prédica que viene del gobierno, aunque en verdad se ha avanzado poco, o son muy obvias las deficiencias.

Cuando verificamos las causas probables de este precario avance ubicamos el problema de siempre; la noción o idea que se tiene de poder popular. Este punto es crucial. El poder popular no es una concesión del Estado, ni es algo que se impone desde arriba, desde un algo superior, llámese un líder o un ministerio. Se constituye en las relaciones sociales. “No está en ningún lugar físico. No puede asirse, sino que se construye, se hace. Hacer poder es relacionarse. Si es popular, el poder se constituye en las relaciones sociales,



pero en tanto horizontales y autónomas” (Dri, 2008: 55).

Es la clásica idea expuesta por Gramsci (1999), de construir hegemonía para unificar la voluntad popular y dar forma o articular la actuación consciente hacia una orientación común.

Cuando se hace referencia al poder popular aparecen siempre las interrogantes de si el poder se toma, como sugiere el imaginario político, o se construye. Una nueva noción sobre este asunto crucial no puede obviar que una nueva sociedad no nacerá o surgirá de repente, porque se hayan ganado unas elecciones o se haya “tomado el poder”. Es un asunto tan exigente y complejo, que requiere de una cultura diferente, de participación, organización y comunicación.

La experiencia reciente de Venezuela sobre el tema es ilustradora. En 1998 se dio inicio a un proceso constituyente que culminó con la reorganización de los poderes públicos y a la aprobación, mediante referéndum, de una nueva Constitución. En ella se diseña un Estado social de derecho, una democracia participativa y protagónica; se reorganiza al Estado y se establecen funciones y condiciones para que pueda intervenir y regular la vida pública y en particular, con capacidad y disposición de ponerle límites a las corporaciones; un Estado comunal sustentado en una organización popular y comunal, en donde el pueblo se movilice y construya una vida con otros significados, que trascienden al mercado y el consumo.

En la Constitución de 1999 hay un proyecto que sigue siendo una utopía. Ese nuevo Estado comunal se ha quedado en el papel, ahogada por el Estado realmente existente. La burocracia estatal burguesa no ha dejado que se asome algo diferente. Las tradiciones pueden demasiado, en los hechos. Y todavía falta añadir otros ingredientes perversos como la improvisación y la ineficacia, generadas por quienes han visto en los cargos y las posiciones la oportunidad de

enriquecerse en nombre de los mejores ideales.

3. Una ley para la comunicación comunitaria.

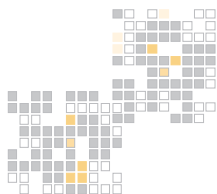
Aportes y contracorrientes

Para aproximarse a la experiencia venezolana, en el terreno de la comunicación comunitaria y/o alternativa, hay que registrar la aprobación de La Ley de la Comunicación Popular, en diciembre de 2015.

Se trata de acontecimiento relevante porque reúne, como instrumento legal, un conjunto de definiciones que se proponen contribuir con el crecimiento de este campo. No obstante, existe su contracara. Su aprobación se produce en un momento en el que el movimiento político que ha permanecido en el gobierno en Venezuela, desde 1998, experimenta debilidad y pérdida de la iniciativa política. La ley se aprueba días después de que el movimiento bolivariano perdió las elecciones parlamentarias, y por tanto pierde la mayoría en el organismo parlamentario –la Asamblea Nacional-. Al aprobarse la ley en estas circunstancias surge la duda acerca de su viabilidad y efectiva aplicación.

Con sus pros y sus contras, el movimiento bolivariano desde el gobierno ha favorecido la creación de comunitarias. En la página del Comisión Nacional de Telecomunicaciones, Conatel (2016), aparecen registrados y habilitados 244 emisoras de radio y 36 canales de televisión, aunque estas son cifras no actualizadas. En este momento este organismo realiza una consulta para actualizar los datos de los medios comunitarios.

Más de allá del comportamiento del escenario político, hay datos que merecen ser colocados de relieve. Desde el punto de vista legal, la ley es complementaria y refuerza el cuadro comunicacional legal, habida cuenta que están vigentes la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, aprobada en diciembre de 2004, y ampliada mediante una reforma en 2010 para incluir los medios electrónicos; la Ley Orgánica de Teleco-



municaciones y la Ley del Ejercicio del Periodismo. Por tanto, esta ley viene a cubrir necesidades específicas de la comunicación popular.

Detengámonos en sus aportes. El más relevante es que reconoce y da visibilidad a un movimiento de medios que surgió desde principios de 2000, para colocar una fecha reciente. Pudieran ubicarse anteriores antecedentes, sin embargo, este dato, por sí solo, permite establecer unas coordenadas nítidas.

Luego hay otros aportes que merecen ser anotados: 1. Se reconocen a los medios comunitarios como espacios para la formación, en las diversas vertientes de la comunicación popular; así como para la producción de contenidos y la investigación (art. 20).

2. Registra diferentes formatos de la comunicación comunitaria: radiales, televisivos, impresos, digitales y electrónicos, muralísticos y otros (art. 21)

3. En cuanto a la sustentabilidad económica, establece el apoyo del Estado a los medios comunitarios, “dotándolos de los requerimientos técnicos, materiales, equipos y subsidios necesarios para su funcionamiento; y garantizará la auto gestión a través de la promoción y apoyo de proyectos socio-productivos que permitan su sustentabilidad” (art. 29). Luego añade que en cuanto a “los recursos erogados por el Estado para el desarrollo de proyectos socioproductivos (...) se incluirá al menos el uno por ciento (1%) del monto total en el presupuesto de cada proyecto para su promoción y propaganda”, en los medios comunitarios (art. 31).

4. En materia de concesiones, la ley fija que se debe agilizar y resolver lo concerniente a las concesiones para los medios comunitarios (art. 33).

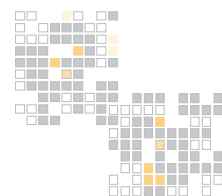
5. Dice que se “establecerá el área de cobertura de los medios de la comunicación popular determinada de acuerdo a las condiciones sociales, culturales y geográficas propias de la zona de influencia correspondiente a la comunidad organizada, sin menoscabo del uso de espacios geográficos más amplios” (art. 34).

6. Incluye incentivos para la formación ciudadana, cuando en el artículo 41 se establece que “se tendrá particular atención en evitar la difusión o publicación de contenidos que promuevan modos de vida contrarios a los valores e intereses humanos, tales como: el consumismo, exclusión social, discriminación, chovinismo, xenofobia, pornografía, uso de la mujer como objeto, individualismo, violencia, transculturización y alienación”.

Más adelante el artículo 43 señala, en cuanto a los contenidos, que “se debe garantizar y promover los contenidos educativos, culturales e informativos que coadyuven a la solución de las problemáticas de la comunidad; promover la difusión y defensa de la cultura, geografía, historia e identidad local y regional; desmitificar la ciencia y tecnología para su libre conocimiento y uso por parte de la comunidad, mediante la socialización de los saberes: erradicar cualquier tipo de prácticas anti éticas propias del capitalismo, como el uso de la payola y/o el palangrismo, así como otras formas de corrupción”.

Un segundo paso después de la ley, es la elaboración y aprobación de un Reglamento de la Ley de Comunicación del Poder Popular.

El proyecto de Reglamento que circula reúne un conjunto de aportes. Intentaremos resumirlos. En primer lugar, reitera que los medios de comunicación popular son organizaciones sin fines de lucro; segundo, están llamados a la difusión de contenidos que contribuyan a desarrollar la pluralidad de culturas, etnias, experiencias ancestrales, la memoria local y la historia cotidiana; tercero, son medios para promover la tolerancia, la cultura de paz y la sana convivencia, el respeto a los derechos humanos y a la diversidad en todas sus manifestaciones, así como la lucha contra la discriminación de todo tipo; cuarto, “deberán contar con una programación variada con sus segmentos dedicados al horario infantil, participación comunitaria, programas deportivos, cul-



turales y de los diferentes sectores: pescadores, educadores, campesinos, obreros, estudiantes, espacios que promuevan la igualdad de género, la diversidad, la libertad de pensamiento, entre otros. Su programación deberá reflejar la cultura, costumbres y tradiciones de las comunidades, servicios informativos comunitarios, noticieros, revistas, musicales, entre otros, producidos y hechos por sus protagonistas, incorporando la participación a los diferentes sectores sociales que hagan vida en sus ámbitos: trabajadores, cultores, organizaciones de sexo diversidad, deportistas, ecologistas, entre otros”.

En quinto lugar, están llamados a establecer alianzas con las instituciones educativas, con el fin de crear unidades de formación para contribuir con el conocimiento, comprensión, uso y análisis crítico de contenidos de los medios de comunicación social. Sexto, también la responsabilidad de ayudar a generar, promover y ejecutar proyectos socioproductivos.

La discusión sobre la aprobación de este reglamento está en marcha, aunque es improbable que se apruebe en la actual Asamblea Nacional de Venezuela, en donde la mayoría parlamentaria no comulga con las ideas expresadas en la referida Ley de la Comunicación Popular.

4. El horizonte próximo

En esta etapa, “se gastó más energía en pelear contra un monstruo que en crear, como debió crearse, un sistema alternativo sólido y durable”. La frase de Giardinelli (2016) registra lo sucedido en este tiempo en algunos países de América Latina. Si bien se avanzó en la aprobación de leyes y en el debate sobre el tema comunicacional, muchas son las expectativas que se quedaron esperando, a veces por los serios obstáculos que colocan las grandes corporaciones y también por las deficiencias de quienes han defendido las banderas del cambio.

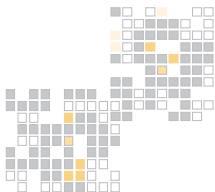
En el caso venezolano, la evaluación es impla-

cable pero refleja lo que ha sucedido. Se ha avanzado en la conformación de un sistema público de medios, pero no lo suficiente.

¿Qué tan serio ha sido ese intento? Se han multiplicado los canales, en radio y TV, en manos del Estado, pero el horizonte comunicacional luce limitado, pese al potencial de diversidad cultural, musical, y político, que pudiera expresarse y manifestarse.

Ese sistema alternativo de medios se pide, y se requiere, que reúna una serie de características: 1. Que sea público, porque haya políticas para la comunicación y la cultura; 2. Que se avance en la experiencia de medios públicos, que cuenten con la contraloría ciudadana –de la audiencia- y no se conformen con ser medios gubernamentales; 3. Que permita la expresión diversa y plural en la política y en la cultura. 4. Que cultive la identidad nacional en un mundo de globalización indolente y depredadora; 5. Que sea fuente de democracia y de equidad, dando paso a la democracia comunicacional. Para eso es necesario que existan y se promuevan redes donde se reclamen los derechos. 6. Y quizás la más importante, que recupere la noción de ciudadanía y ayude a superar el afán consumista que propicia la industria cultural y mediática.

Suena exigente y lo es, pero sería iluso avanzar hacia otra comunicación, y hacia otra sociedad, si no se toma en cuenta que los medios masivos, potenciados ahora con el mundo digital, se lucran “con el dolor, la venganza, con la muerte y hasta con la vida privada de las personas. Se comportan como jueces en los asuntos públicos, censuran, señalan y excluyen a todo aquel que no milita con el mercado; desdeñan al pobre, al no consumidor, al que protesta por exigir sus garantías individuales; cercenan las opiniones discordantes, cierran sus canales cuando el discurso del Estado aparece y exige comportamiento ético y responsabilidad a los medios ante la sociedad” (Salazar, 2008).



Es un tema que está vinculado con el contenido del mensaje, o como se dice, en el discurso de los antiguos maestros, con el cambio del código. En lugar de promover el consumismo; diseñar, anunciar y sembrar un imaginario que se nutra de las exigencias de la vida cotidiana y de los temas o problemas cruciales de hoy: la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, negros, mujeres; el acceso a la educación y la salud; la ecología y el ambiente; las relaciones de trabajo.

Para lograr estas ideas-metas es indispensable una política comunicación que permite avanzar en la creación de una opinión pública atenta, bien informada, crítica, desconfiada, que pueda discernir entre lo que colectivamente conviene o perjudica.

Uno de los pilares de esa política comunicacional está en el fortalecimiento de un sistema de medios comunitarios y alternativos, sembrados como huertos que se cultiven en barrios, pueblos, parroquias y municipios; sembrados y extendidos; con capacidad para decir y comunicar, y para dar un contenido renovado, útil y necesario para levantar un mundo nuevo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BORON, Atilio; KLACHKO Paula. *Sobre el posprogresismo en América Latina*: aportes para un debate. Disponible en: <https://www.rebelion.org/noticia.php?id=217125>. Acceso en: 8 octubre, 2016.
- CYTRYMBLUM, Alicia. *Periodismo social*. Una nueva disciplina. Argentina: LCRJ Inclusiones, 2009.
- CARUSO, Franco; MACARRONE, Laura y RAMIREZ, Romina. El devenir de las resistencias populares tras el colapso neoliberal. La construcción política horizontal en la COPA. In: DRI, Rubén (Coord.) *Movimientos sociales*. La emergencia del nuevo espíritu. Argentina: Ediciones Nuevos Tiempos, 2008. p. 39-67.
- CONATEL. *Listado de medios comunitarios habilitados*. Disponible en: www.conatel.gob.ve/files/solicitudes/Medios_Comunitarios_Habilitados_actualizado Acceso en: 30 septiembre, 2016.
- Gaceta Oficial de Venezuela N° 37.359 del 8 de enero de 2002 (Decreto presidencial). Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro.
- Gaceta Oficial de Venezuela N° 40.817 del 28 de diciembre de 2015. Ley de la Comunicación Popular. Disponible en: http://www.mp.gob.ve/c/document_library/get_file?p_l_id=29942&folderId=10513904&name=DLFE-10801.pdf. Acceso en: 15 enero, 2016.
- GIARDINELLI, Mempo. *La larga marcha hacia las reformas estructurales*. Disponible en: www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-308596-2016-09-05 Acceso en: 6 septiembre, 2016.
- GRAMSCI, Antonio. *Selección*. Biblioteca del pensamiento socialista. México, Siglo XXI editores, 1999.
- MODONESI, Massimo; SVAMPA, Maristella. *Post-progresismo y horizontes emancipatorios en América Latina*. Disponible en: <http://www.alainet.org/es/articulo/179428>. Acceso en: 8 agosto, 2016.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. *La pasión por el discurso*. Carta a los estudiantes de comunicación social. México: Ediciones Coyoacán S.A., 1998.
- SALAZAR, Robinson. Prólogo. In: SALAZAR, Robinson y CHAVEZ, Alejandra (Coord). *La globalización indolente en América Latina*. Argentina, Elaleph.com, 2008. p. 11-18.

Recibido: 26/09/2016
Aceito: 24/11/2016

