

JOHANNA PÉREZ DAZA (Venezuela)

Doctorando en Ciencias Sociales. Magister Scientiarum en Relaciones Internacionales. Licenciada en Comunicación Social. Investigadora-Docente del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Editora del Anuario ININCO/ Investigaciones de la Comunicación. Coordinadora de la Maestría en Comunicación Social de la UCV. Profesora de los Programas de Postgrado: Maestría en Comunicación Social; Maestría en Relaciones Internacionales; Maestría en Gestión y Políticas Culturales; Especialización para el Uso Creativo de la Televisión, de la UCV. Profesora de Pregrado en la Escuela de Artes de la misma casa de estudios. Investigadora acreditada en el Programa de Estímulo a la Innovación e Investigación del Ministerio del Poder Popular para Ciencia Tecnología e Innovación. Miembro del Comité Académico del Área de Postgrado en Relaciones Internacionales y Globales de la UCV. Miembro de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (INVECOM), coordinando el Grupo de Trabajo "Estudios culturales y economía de la comunicación". Miembro de AlfaMed, red interuniversitaria euroamericana de investigación sobre competencias mediáticas para la ciudadanía. Autora del libro «Transiciones e Interacciones en la Sociedad del Conocimiento. Un enfoque postinternacional» y Co-Autora de los libros: «Encrucijadas de la comunicación en Venezuela», «Conectando ideas para la Sociedad» y «Las Ciencias Sociales: Perspectivas actuales y Nuevos Paradigmas». Ponente en diversos eventos científicos. Colaboradora de revistas nacionales e internacionales.

Correo electrónico: johanna.perez.daza@gmail.com



Televisión comunitaria en Venezuela: Definiciones y ambigüedades en torno a la participación ciudadana y las audiencias¹

*Community Television in Venezuela:
Definitions and ambiguities surrounding
public participation and audiences*

Recibido: 23/04/2015 • 16/06/2015

¹ Este artículo es resultado del proyecto individual PI-07-8702-2013/2 financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH) de la Universidad Central de Venezuela.

RESUMEN

JOHANNA PÉREZ DAZA

Televisión comunitaria en Venezuela: Definiciones y ambigüedades en torno a la participación ciudadana y las audiencias

Se presentan datos sobre la penetración y aceptación de las televisoras comunitarias, así como las instancias y mecanismos de participación contempladas en leyes y reglamentos del sector comunicacional. Igualmente, se discuten algunas conceptualizaciones (receptores, espectadores, usuarios) con la intención de reflexionar sobre la participación ciudadana y el rol de las audiencias en la comunicación alternativa, así como la función dialógica y multidireccional de este modelo.

Palabras clave: Comunicación alternativa / medios comunitarios / televisión comunitaria / participación / audiencias.

ABSTRACT

JOHANNA PÉREZ DAZA

Community Television in Venezuela: Definitions and ambiguities surrounding public participation and audiences

This article presents data on the penetration and acceptance of the community television, as well as the opportunities and mechanisms for participation set out in laws and regulations of the communications industry in Venezuela. It also discuss some conceptualizations (receivers, viewers, users) in order to reflect on citizen participation and on the role of the audience in alternative communication, as well as on the dialogicity and multi-functionality of this model.

Key words: Alternative communication / community media / community television / participation/audience.

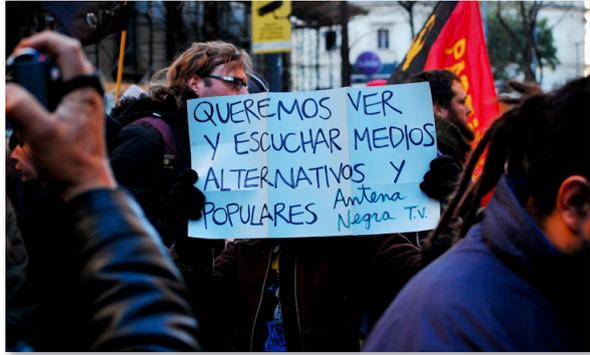
RESUMO

JOHANNA PÉREZ DAZA

Televisão Comunitária na Venezuela: Definições e Ambiguidades em torno á Participação Cidadã e as Audiências

Apresentam-se dados sobre a penetração e aceitação das televisoras comunitárias, assim como as instancias e mecanismos de participação contemplados nas leis e regulamentos do setor comunicacional. Igualmente, se discutem conceitos (receptores, espetadores, usuários) com a intenção de refletir sobre a participação cidadã e o rol das audiências na comunicação alternativa, assim como a função dialógica e multidireccional deste modelo.

Palavras-chave: Comunicação alternativa / médios comunitários / televisão comunitária / participação, audiências.



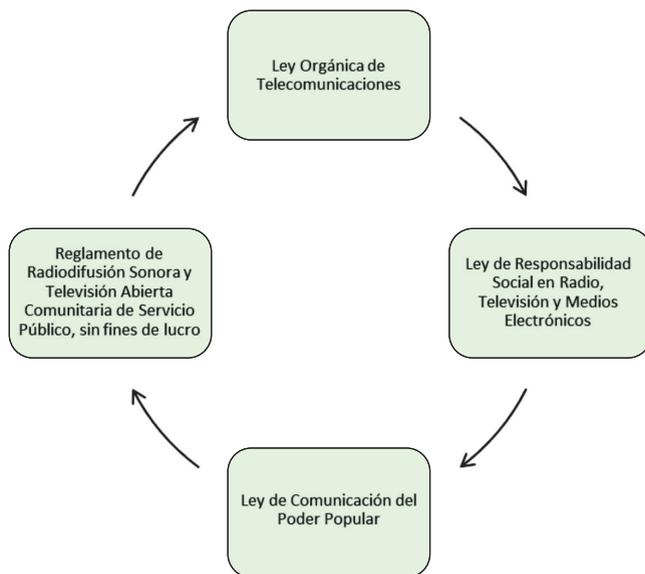
PANORAMA COMUNICACIONAL VENEZOLANO

Un breve acercamiento al escenario comunicacional permite constatar que en los últimos años el gobierno nacional ha dado gran importancia a este tema. En el ámbito legal se han establecido marcos regulatorios como la *Ley Orgánica de Telecomunicaciones* (2000, reformada en 2011), el *Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitaria de Servicio Público, sin fines de lucro* (2001); la *Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos* (2004, reformada en 2010); y la *Ley de Comunicación del Poder Popular* (aprobada vía exprés el 10 de diciembre de 2015, cuatro días después de las elecciones parlamentarias en las que resultaron ampliamente favorecidos sectores de oposición).

Vale aclarar que el marco regulatorio que toca, directa o indirectamente, el ámbito comunicacional es más amplio y complejo abarcando leyes vinculadas al sector cultural, educativo, de acceso a la información, privacidad de datos, gobierno electrónico, videojuegos, entre otros. Sin embargo, para en este análisis nos concentraremos en las leyes antes mencionada, ya que en éstas se concentran los aspectos medulares del entramado jurídico vigente.

Tras el golpe de estado en abril de 2002, el gobierno nacional impulsó diversos mecanismos con el objetivo de lograr mayor posicionamiento y proyección mediática, lo que devino, entre otros aspectos, en la creación –en agosto del mismo año– del *Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información* (conocido también como *MinCI*). Al estímulo gubernamental se suman otros aspectos consustanciales al poder de las comunicaciones y uso de los medios en la sociedad actual.

Figura N° 1
Marco legal vigente en materia comunicacional



Fuente: Elaboración propia (2015).

En el caso concreto de la televisión, hay que reconocer el lugar privilegiado que tradicionalmente ha tenido entre los venezolanos, siendo el medio con más penetración por hogares y con una notable influencia en las audiencias. Desde sus inicios, en 1952, la historia de la televisión venezolana ha estado marcada por una estrecha relación con el contexto político nacional lo que ha perfilado, entre otros aspectos, su intencionada utilización por parte de dirigentes políticos, las presiones contra algunos canales y la no renovación de concesiones como el emblemático caso de *RCTV*, en 2007 y las presiones sobre *Globovisión* en más de una oportunidad.

Hay canales de corte informativo, de entretenimiento y variedades, religiosos y deportivos. Además de las televisoras especializadas, existen canales regionales, con un surgimiento notable entre las décadas de los 80 y 90, y la reciente oferta de *Televisión Digital Abierta (TDA)*, cuyas primeras pruebas iniciaron en 2007.

Existen aproximadamente ocho (8) canales de televisión abierta privada (*Venevisión, Canal i, La Tele –actualmente TVEPACO–, Vale TV, Globovisión, Meridiano TV, Televen, TV Familia*) y cinco (5) gubernamentales (*ANTV, TVes, TeleSur, VTV y Vive TV*), además de *Colombeia* (adscrita al *Ministerio del Poder Popular para la Educación*), *Conciencia TV* (adscrita al *Ministerio del Poder Popular para Ciencia, Tecnología e Innovación*), *TV FANB* (televisora de la *Fuerza Armada Nacional Bolivariana*) y otros canales que pueden ser vistos solo en algunas partes del país por señal abierta, entendiéndose que algunos emiten por servicio de suscripción y satélite a nivel nacional.

Se estiman unos setenta (70) canales de televisión regional y una creciente penetración de la televisión por suscripción pasando de 16,62% en el año 2000, a 63,64% al cierre del 2014². Para el primer trimestre de 2015, se contabilizaron 4 millones 758 mil 498 usuarios de este servicio. Este aumento se debe, principalmente, al exagerado e injustificado uso de las cadenas presidenciales, repetición de programas, poca variedad de contenidos especializados y la autocensura informativa en la que han caído algunos medios.

Cuadro N° 1
Canales de TV (privados) por señal abierta

Estaciones de TV	Inicio	Sede	Temática	Tipo de Propiedad
Venevisión	1961	Caracas	Variedades	Privado
Televen	1988	Caracas	Variedades	Privado
Meridiano TV	1997	Caracas	Deportivo	Privado
Canal i	2007	Caracas	Variedades	Privado
La Tele	1999	Caracas	Variedades	Privado
Vale TV	1998	Caracas	Cultural/Religión	Privado
Globovisión	1994	Caracas	Informativo	Privado
TV Familia	2000	Caracas	Valores/Religión	Privado

² Penetración por cada 100 Hogares. Informe *Conatel*. Indicadores del servicio de Difusión por Suscripción a nivel Nacional 2000-2014. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/estadisticas-anales-y-trimestrales/>. Consultado el 12/07/2015.

Cuadro N° 2
Canales de TV (públicos) por señal abierta

Estaciones de TV	Inicio	Sede	Temática	Tipo de Propiedad	Propietario
VTV	1964	Caracas	Informativo	Público	Estado venezolano
Vive TV	2003	Caracas	Regionalista	Público	Estado venezolano
TVes	2007	Caracas	Variedades	Público	Estado venezolano
ANTV	2005	Caracas	Parlamentario	Público	Estado venezolano
Telesur	2005	Caracas	Informativo	Público	Multiestatal

Cuadro N° 3
Otros canales de TV por señal abierta

**Canales que pueden ser vistos solo en algunas partes del país por señal abierta
(algunos emiten por servicio de suscripción y satélite a nivel nacional)**

Estaciones de TV	Inicio	Sede	Temática	Tipo de Propiedad
Promar Televisión	1995	Barquisimeto	Variedades	Privado
DAT TV	1999	Valencia	Variedades	Privado
Ávila Tv	2006	Caracas	Variedades	Público
Colombeia	2012	Caracas	Educativa	Público
123TV	2012	Caracas	Infantil	Público
Conciencia TV	2013	Caracas	Ciencia	Público
TV FANB	2014	Caracas	Militar	Público

Fuente: Elaboración propia (2014).

En cuanto a los medios comunitarios, éstos han tenido un importante crecimiento en los últimos años, aunque su penetración y aceptación es desproporcional a la inversión y apoyo que han recibido desde instancias como la *Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel)* y el *MinCI*, a través de la *Dirección General de Medios Alternativos y Comunitarios*³. Existen

³ Estas son sus funciones:

1. Establecer enlaces con los medios de Comunicación Alternativos, Comunitarios y Organizaciones Sociales, con el propósito de impulsar su integración y mantener un registro

grandes contradicción en los datos oficiales, siendo difícil comprobar el número exacto de televisoras comunitarias existentes ya que, por lo general, se ofrecen cifras generales que agrupan radios y televisoras. No obstante, teniendo como referencia el último listado publicado por *Conatel* (2008) podemos identificar las televisoras comunitarias presentadas en el siguiente cuadro, advirtiendo que no son las únicas.

Cuadro N° 4
TV Comunitarias habilitadas en Venezuela

Estado	N° de TV habilitadas	Municipio/parroquia	Señal
Amazonas	1	Atures /Puerto Ayacucho	Ecológica Cultural Selva
Anzoátegui	2	Juan Antonio Sotillo/ Capital Puerto La Cruz	TV Puerto
		Guanipa	Somos Visión
Apure	1	San Fernando/ Urbana San Fernando	TV Apure
Aragua	5	Mario Briceño Iragorry/ Capital Mario Briceño Iragorry	Tevel

actualizado de los mismos. 2. Coordinar con los distintos organismos que agrupan a los medios de comunicación, alternativos, comunitarios, así como a las organizaciones sociales; las estrategias y políticas establecidas por el Ministerio de Comunicación e Información para el desarrollo y articulación de actividades conjuntas. 3. Asesorar a los medios de Comunicación Alternativos, Comunitarios y Organizaciones Sociales, para asegurar que su actuación se ajuste al marco jurídico establecido. 4. Impulsar, en coordinación con los organismos del estado correspondientes, las iniciativas de los medios de Comunicación Alternativos, Comunitarios y Organizaciones Sociales dirigidas a estimular el desarrollo de programas sociales. 5. Difundir a los medios de Comunicación Alternativos, Comunitarios y Organizaciones Sociales, las políticas, estrategias y planes establecidos por el Ministerio de Comunicación e Información para promover la gestión del Gobierno. 6. Apoyar a los medios de Comunicación Alternativos, Comunitarios y Organizaciones Sociales, en la búsqueda de convenios académicos, de financiamiento o de cualquier otra índole que esté dirigido a fortalecer su función. 7. Impulsar, con los medios de comunicación Alternativos y Comunitarios, el diseño y ejecución de estrategias con el objetivo de promover la pluralidad, el equilibrio informativo y la participación ciudadana. (Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información. Disponible en: <http://www.minci.gob.ve/medios-comunitarios/nuestra-gestion/> . Consultado el 17/02/2014).

Cuadro N° 4 (continuación)

Estado	N° de TV habilitadas	Municipio/parroquia	Señal
		Mario Briceño Iragorry/ Caña de Azúcar	Arawakos TV
		José Félix Ribas	Contacto Vecina TV
		Francisco de Miranda/ Mons. Feliciano González y Sta. Rita	Teletambores TV
		Zamora/ Capital Zamora	Zamora TV
Barinas	0		
Bolívar	2	Caroní	Calipso TV
		Cedeño/ Capital Cedeño	Ortvisión
Carabobo	1	Valencia/ Urbana Miguel Peña	Venezuela Heroica
Cojedes	1	San Carlos de Austria	Digital Visión
Delta Amacuro	0		
Distrito Capital	2	Sucre, 23 de Enero, La Pastora	Catia TV
		Libertador/ Caricuao	TV Caricuao
Falcón	1	Miranda	Coro TV
Guárico	1	José Félix Ribas/ Capital Tucupido	Galopando TV
Lara	1	Juan de Villegas	Lara TVC
Mérida	2	Rivas Dávila	TV Bailadores
		Arzobispo Chacón / Capital Arzobispo Chacón	Survisión
Miranda	3	Sucre/ Petare	TV Petare
		Independencia / Santa Teresa del Tuy	Guatopo Televisión Comunitaria
		Brión / Higuerote	Tele Cimarrón
Monagas	0		
Nueva Esparta	0		

Cuadro N° 4 (continuación)

Estado	Nº de TV habilitadas	Municipio/parroquia	Señal
Portuguesa	1	Páez / Capital Páez	Siguaraya TV
Sucre	1	Valdez/ Güiría	Valdez TV
Táchira	5	Michelena	TV Michelena
		Junín/ Junín	TV Rubio
		Jáuregui/ Jáuregui	Jaureguina TV
		Andrés Bello / Capital Andrés Bello	Montaña TV
		Pedro María Ureña / Pedro María Ureña y Nueva Arcadia	Vida TV
Trujillo	0		
Vargas	1	Vargas/ Carayaca	Tarmas TV
Yaracuy	2	Bolívar	Bolívar TV
		Urachiche	Camuare Rojo TV
Zulia	3	Machiques de Perijá / Bartolomé de las Casas	Fundacomez
		Maracaibo / Maracaibo	Canal Z
		Sucre / Rómulo Gallegos	Quijote TV
Total	36		

Fuente: Elaboración propia con información de la Gerencia de Acompañamiento Técnico de Conatel (2008). Disponible en: http://www.conatel.gob.ve/files/solicitudes/habilitaciones/Medios_Comunitarios_Habilitados_actualizado.pdf

En la revisión del marco legal vigente, concretamente del *Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público sin Fines de Lucro* (2001), se encuentran algunos aspectos fundamentales sobre lo que debería ser el funcionamiento y razón de ser de los medios alternativos y comunitarios, destacando que serán de propiedad colectiva, bajo la figura legal de fundación; con alcance y cobertura local (mínimo una parroquia, máximo un municipio); privilegiarán los temas comunitarios, teniendo como mínimo 70% de su programación diaria destinada a la transmisión de

producción comunitaria. En esta misma sintonía, se establece que sus contenidos serán de corte educativo, cultural e informativo, en beneficio de la comunidad, con la participación de sus miembros y en el marco de la comunicación libre y plural.

APROXIMACIÓN A LA TELEVISIÓN COMUNITARIA EN VENEZUELA

Las televisoras comunitarias⁴ presentan cifras más modestas, si se les compara con las emisoras de radio comunitarias. En ambos casos, no hay claridad en cuanto a las cifras oficiales. En el año 2001 el *MinCI* registraba unos 60 Medios Alternativos y Comunitarios. Para finales del 2008, *Conatel* contabilizaba 280 medios, distribuidos en 244 emisoras de radio y 36 de televisión, esto sin contar medios no habilitados o reconocidos por los órganos estatales, pero que funcionan y transmiten sus contenidos.

En eventos del año 2013, medios oficiales pertenecientes al *Sistema Bolivariano de Información y Comunicación (SIBCI)* indicaron la existencia de más de 500⁵ medios comunitarios y alternativos e incluso hasta 1.000 medios⁶. Sin embargo, la información oficial no ha sido actualizada ni está

⁴ «Televisión abierta comunitaria: servicio de radiocomunicación que permite la difusión de información audiovisual destinada a ser recibida por el público en general, como medio para lograr la comunicación libre y plural de los individuos y las comunidades organizadas en su ámbito respectivo, en los términos previstos en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y sus reglamentos. Permite a su titular realizar todas aquellas actividades destinadas a la instalación y disposición de los equipos e infraestructuras de Telecomunicaciones, necesarios para la prestación del servicio» (Artículo 2. Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, Sin Fines de Lucro, 2001).

⁵ Se sugiere consultar notas de prensa:

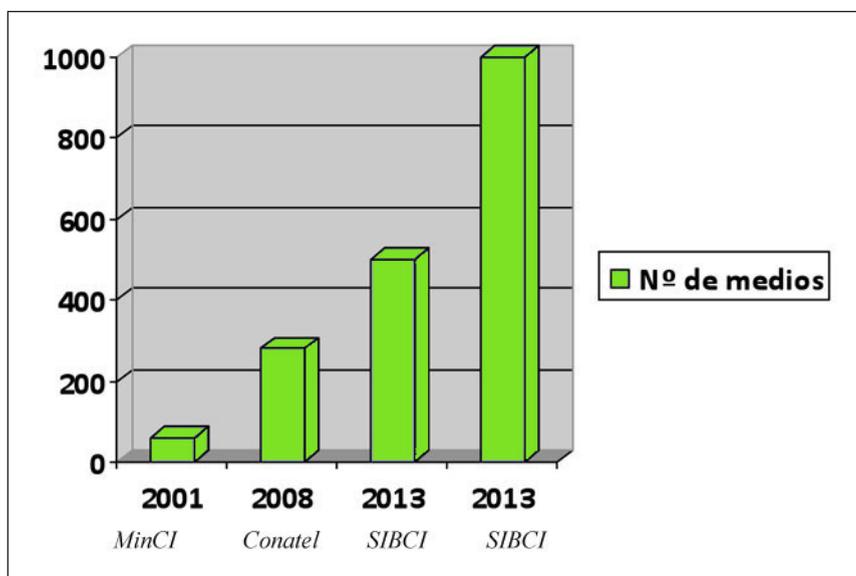
– **Más de 500 medios comunitarios** entregarán documento ante la AN para respaldar Habilitante (AVN, Publicado el 22/10/2013 disponible en: <http://www.avn.info.ve/contenido/m%C3%A1s-500-medios-comunitarios-entregar%C3%A1n-documento-ante-para-respaldar-habilitante> . Consultado el 18/03/2014. (Destacado nuestro).

– Representantes de medios comunitarios llegan a la AN para blindar la Habilitante (ANTV, Publicado el 22/10/2013 disponible en: <http://www.antv.gob.ve/m8/noticiam8.asp?id=54659> . Consultado el 18/03/2014).

⁶ –Medios comunitarios entregaron ante la AN documento en respaldo a Ley Habilitante (SIBCI, Publicado el 22/10/2013 disponible en: <http://www.sibci.gob.ve/2013/10/medios-comunitarios-entregaron-ante-la-an-documento-en-respaldo-a-ley-habilitante/>.

disponible para acceso y consulta. Tampoco hay una distinción confiable entre el número de estaciones de radio y televisoras. Datos preliminares del *Observatorio de Medios Comunitarios «Oswaldo Capiles»* del ININCO, desarrollado por la profesora María Fernanda Madriz, indican que las cifras reales podrían superar los 1.800 medios si se cuentan medios habilitados, ilegales y otros que operan con licencias de comunitarios pero en la práctica tienen fines religiosos o adscripción institucional (alcaldías y órganos de gobierno), lo que contradice su esencia y principios.

Gráfico N° 1
Número de medios comunitarios según fuentes oficiales
(2001-2013)



Fuente: Elaboración propia (2015).

Consultado el 18/03/2014). En esta nota se lee textualmente: «**más de 1000 medios comunitarios** están sumados a la lucha contra la corrupción, la maldad y la injusticia». (Destacado nuestro).

Si se toma el último listado publicado por *Conatel* en 2008, en éste se registran sólo 36 televisoras comunitarias, pero esta cifra puede variar de modo significativo si se consideran aquellas que operan clandestinamente o que aún no reciben la habilitación formal, así como otras que se encuentran en el listado pero que ya no realizan transmisiones o tienen las concesiones vencidas. De acuerdo a esa información oficial, los estados con mayor número de televisoras comunitarias son: Aragua (5), Táchira (5), Zulia (3), otras entidades presentan dos (2) o una (1) señal, y otros estados no cuentan con ninguna televisoras habilitada, tal es el caso de: Barinas, Delta Amacuro, Monagas, Nueva Esparta y Trujillo. Esto muestra una distribución desigual de estos medios en el territorio nacional.

Una sucinta revisión histórica permite constar que en 1979 nace *Teleboconó*, considerado el primer canal de televisión comunitario venezolano, ubicado en el estado Trujillo. Se sumaron, progresivamente, otras experiencias como *TV Caricua*, la *Televisora Cultural de Michelena*, la *Televisora Cultural Rubio* y la emblemática *Catia TV* la cual empezó sus transmisiones en el oeste de Caracas en el año 2000 sin contar con el debido permiso, y legalmente a partir del 30 de marzo del año siguiente, siendo una de las primeras televisoras comunitarias en ser habilitadas.

Según la tradición discursiva de sus actores, el movimiento comienza con los esfuerzos tecnológicos hechos en 1992 por TV Michelena y TVC Rubio, fundamentalmente a partir del deseo de las poblaciones locales de reconquistar para Venezuela espectros radioeléctricos conquistados por Colombia en los Andes venezolanos fronterizos. Esto permite el piso tecnológico para la aparición de los primeros canales comunitarios como tal, *Catia Tve* en Caracas y *Teletambores* en Maracay... (Castro y Meleán, 2007: 107-108).

En sus inicios, algunas televisoras comunitarias se dedicaron a la educación de adultos y otras fueron asignadas a la iglesia. Se les miró peyorativamente asumiendo que eran medios de baja potencia, con calidad y estética inferior –no diferente– a los estándares comerciales dominantes, con tecnología e inventiva popular, transmisores artesanales, limitados recursos y asociadas a cine clubes y proyectos socio comunitarios. Sus contenidos eran, principalmente, culturales e informativos, destacando los llamados noticieros de barrios, abundantes en denuncias e historias locales.

Su equipo de trabajo estaba constituido, mayoritariamente, por voluntarios de las comunidades y no por técnicos o personal especializado.

Este enfoque, frecuentemente despectivo, obvia características que moldean a estas televisoras, tales como la búsqueda por empoderar comunicacionalmente a las comunidades, independizándolas de los medios masivos dominantes y propiciando el sentido analítico, la recepción activa y crítica, la alfabetización mediática y la formación en producción audiovisual. Ciertamente, las tensiones entre teoría y praxis, dificultan el cumplimiento de estos principios, pero también erosionan posturas extremas concentradas exclusivamente en lo negativo o en las carencias.

Así, entre imprecisiones, contradicciones y esfuerzos estas emisoras cuentan su historia. Las primeras televisoras comunitarias, como *TV Caricuao*, no llegaron a transmitir en el espectro radioeléctrico, sino que se concentraron en la grabación de programas y eventos (celebraciones populares, fiestas religiosas, actividades deportivas...) que, luego, serían proyectados en espacios comunitarios.

Pese a las dificultades, se desarrollaron importantes proyectos enmarcados en el modelo de comunicación alternativa y comunitaria. Lamentablemente, su registro es aún incipiente. En todo caso, es necesario sumar y sistematizar experiencias que permitan construir un archivo histórico riguroso, lo que, en principio, no ha sido posible, entre otros aspectos, por las dificultades de obtener datos precisos, documentos y fuentes confiables, lo que en el caso de las televisoras se complejiza sobremanera, por los cambios de formatos y conservación de archivos audiovisuales.

Vale subrayar, entonces, que antes de la llegada al poder del presidente Hugo Chávez existieron experiencias de comunicación alternativa y comunitaria, algunas de las cuales se potenciaron tras el golpe de abril de 2002, al tiempo que se estimuló el surgimiento de otras: «Desde entonces, las radios y televisoras que unos llaman comunitarias, otros alternativas y otros “guberneras” o “gubernamentales”, se han multiplicado en forma exponencial generando un circuito amplio y muy eficaz en el movimiento de calle, contradictorio en su funcionamiento, opaco en su financiación e imprevisible en su devenir». (Madriz, 2014: 2).

Paralelamente, se han realizado encuentros de medios de comunitarios, establecido redes, asociaciones y suscritos documentos que, entre otras cosas, permiten ver la presencia de éstos en el firmamento comunicacional venezolano. En el siguiente cuadro, sintetizamos algunos momentos relevantes en el desarrollo de la televisión comunitaria en el país.

Cuadro N° 5
Algunos hechos destacados en la historia de la televisión comunitaria en Venezuela

Año	Acontecimiento
1979	Nace Teleboconó (Trujillo), considerado el primer canal de televisión comunitario venezolano.
1979	TV Caricua o comienza grabaciones y proyecciones en espacios comunitarios
1993	Nacen la Televisora Cultura de Michelena (Táchira) y la Televisora Cultural de Rubio (TV Rubio, en Trujillo)
2000	La Ley Orgánica de Telecomunicaciones reconoce la existencia de los medios comunitarios
2000	Inicia funciones Catia TV
2001	Se otorga la primera habilitación a Catia TV
2001	Se establece el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitaria de Servicio Público, sin fines de lucro
2002	Notable participación de los medios comunitarios durante el golpe de estado, para informar a las comunidades y articular acciones políticas.
2003	Se otorga habilitación a TV Caricua o
2004	Se crea la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión
2006	Se realiza en Caracas el «1er. Encuentro Internacional para la creación de Alba TV canal comunitario internacional y escuela internacional de TV comunitaria»

Cuadro N° 5 (continuación)

Año	Acontecimiento
2007	Inicia Alba TV con participación de televisoras comunitarias como Calipso TV, Tatuy TV, Catia TV, entre otros.
2011	Representantes de medios comunitarios introducen ante la Asamblea Nacional la propuesta de Ley de Comunicación del Poder Popular
2013	Se realiza el Primer Encuentro Nacional de Medios Alternativos y Comunitarios (en Los Teques, estado Miranda)
2015	La Asamblea Nacional de tendencia oficialista aprueba la Ley de Comunicación del Poder Popular

Fuente: Elaboración propia (2015).

MÁS MEDIOS, MENOS AUDIENCIAS

Contrario a lo que pudiera pensarse, el crecimiento y apoyo gubernamental de los medios comunitarios ha sido desproporcional a sus niveles de audiencias, lo cual es extensible a la oferta de medios que integran el SIBCI. El estudio «Investigación pobreza. 10 años después» arrojó que para el período 2008-2009 la audiencia de los medios comunitarios era ínfima: «Apenas 2% de los encuestados ven las televisoras comunitarias a diario; 12%, ocasionalmente, y 73%, nunca; mientras, dos tercios de los radioescuchas nunca han oído una radio comunitaria, y 69% de los entrevistados nunca ha leído un periódico comunitario». (Bisbal y Pasquale, 2010: 164). Estas cifras resultan alarmantes e inquietantes si se considera la cantidad de medios, la promoción e inversión económica (financiamiento y aportes para dotación de equipos, capacitación del recurso humano y acondicionamiento de infraestructura) que éstos han tenido en la última década, lo cual no se corresponde con el número de usuarios esperados. En este sentido, estudiosos de la comunicación, como Óscar Lucién, sostienen que el interés fundamental del gobierno no es ganar audiencia ni competir con otros medios, sino simplemente ocupar la mayor cantidad de espacios que pueda y, en definitiva, que no haya cabida para otros mensajes en su contra.

Por su parte, en el Informe «Consumo Cultural en Venezuela» (2010), realizado en la Universidad Católica Andrés Bello, se afirma que las televisoras comunitarias cuentan con muy baja audiencia, ya que éstas despiertan muy poco interés. El estudio, basado en 1.203 encuestas, se centra en los hábitos de exposición de los medios y, en el caso de los medios comunitarios, resalta la poca aceptación que éstos tienen entre la población, considerando incluso que en algunas comunidades las personas desconocen la existencia de los mismos.

En su artículo «Hegemonía Comunicacional sin Audiencias» Hernández Díaz (2015) analiza el informe sobre las preferencias televisivas de la audiencia venezolana para el año 2014, que presenta *AGB Nielsen Media Research*, enfatizando algunos datos: «las audiencias prefieren ver canales privados y televisión por suscripción. Las televisoras gubernamentales son las menos vistas. El bloque de canales privados (*Venevisión, Televen, Canal i, La Tele*), alcanzó 32,9%, la televisión paga 49,6%, mientras que los canales oficiales (*Televisora Social Venezolana (TVES), Venezolana de Televisión (VTV), Vive TV, Ávila TV, Asamblea Nacional Televisión, Telesur*), obtuvieron un exiguo 7,6% del encendido televisivo»⁷.

Con datos del mismo estudio, Vásquez (2015) publica el artículo «¿Cuál es la verdadera audiencia de los programas de la televisión del Estado?», en el cual sostiene que: «De las 18 televisoras con alcance nacional que hay en Venezuela, 11 están en manos del Estado. Eso representa 61% del total, sin incluir a Globovisión, un canal que cambió radicalmente su línea editorial luego de su venta en 2013. Sin embargo, tener los medios no garantiza que el mensaje llegue. Así, por ejemplo, los programas de *Venezolana de Televisión* no alcanzaron el 3% de audiencia en su mejor momento entre enero y abril de 2015»⁸.

⁷ Disponible en: http://www.el-nacional.com/papel_literario/Hegemonia-Comunicacional-Audiencias_0_575342514.html. Consultado el: 15/02/2015

⁸ Otros datos relevantes: «En 2014 en Venezuela, de acuerdo con el estudio del Minci, 49,6% de las personas prefirió ver la televisión por suscripción. De los canales abiertos, *Venevisión* dominó con 18,8% de la audiencia, seguido por *Televen* con 13,3% y, ya más distantes, aparecen *Venezolana de Televisión* con 4,8% y *Globovisión* con 2,6%. *TVeS*, el sustituto de *RCTV*, apenas capitalizó 1,6% del rating». Disponible en: <http://prodavinci.com/2015/05/12/actualidad/cual-es-la-verdadera-audiencia-de-los-programas-de-la-television-del-estado-por-alex-vasquez-s/>. Consultado el 12/05/2015

En el Encuentro Web 2.0 –realizado a principio de julio de 2015 en Caracas bajo la organización de la ONG *Espacio Público*– Luis Vicente León, director de la empresa de investigación de Mercado *Datanalisis*, presentó los resultados de un estudio sobre penetración, preferencias y uso de medios en Venezuela. En dicha investigación no se mencionan los medios comunitarios ya que en el trabajo de campo se evidenció la poca penetración de los mismos, arrojando cifras insignificantes en cuanto a uso y preferencias de la población venezolana.

Datos de los estudios citados constatan la escasa aceptación y penetración que han tenido los medios comunitarios, aun cuando numérica y geográficamente forman parte del mapa comunicacional venezolano. Existir y tener apoyo gubernamental, no garantiza su posicionamiento en las predilecciones de consumo televisivo de la población venezolana. Una lamentable situación, si se consideran las funciones y posibilidades de estos medios, especialmente en lo concerniente a la identificación y participación de las audiencias, atención a las necesidades comunitarias, construcción de agendas locales, fomento de la iniciativa emisora, auténtica democratización del espectro radioeléctrico, oposición al sistema comunicacional dominante y, en este sentido, ser una verdadera alternativa frente al poder de los medios comerciales y gubernamentales.

PARTICIPACIÓN Y AUDIENCIAS

En los últimos años, en Venezuela, se ha acentuado la necesidad de propiciar mayores canales de participación en distintas instancias, al punto de cambiar la visión de la democracia representativa por la democracia protagónica (*Constitución* de 1999), la cual pondera la interacción y participación ciudadana en los procesos sociales y políticos de la nación. Esto, no es ajeno a los medios de comunicación. Por tal motivo se han desarrollado discursos para alentar la incorporación de la ciudadanía en los procesos comunicacionales.

Por otra parte, los estudios de comunicación han dado un viraje en cuanto a la concepción de sus actores, trascendiendo la visión pasiva de receptores limitados a consumir productos culturales y comunicacionales.

En su artículo «La audiencia en los medios de comunicación», Hernández (2001) analiza las reconceptualizaciones del sujeto como agente social, cultural y político, y presenta diferentes acepciones del término audiencia, las cuales incluyen: receptor, público, sujeto activo, perceptor y mediador. A partir de las teorías de Schramm y Gerbner, descarta la idea de la audiencia pasiva y totalmente manipulada para fines comerciales y políticos. «En tal sentido, propone una serie de conceptos que subrayan el rol activo, cognitivo y social de la audiencia. Estos conceptos son: grupalidad, interpretación, campo de la experiencia, interacción, feedback o respuesta, negociación de los mensajes, proceso cognitivo» (Hernández, 2001: 53).

Ahora bien, ambos conceptos (audiencias y participación) se interceptan de manera peculiar en los medios comunitarios. Al menos en la teoría. Estos medios surgen con la clara intención de superar el rasgo unidireccional y monopólico en la producción y difusión de contenidos, en consecuencia, deben dar un tratamiento privilegiado a sus audiencias, asumidas como sujetos activos, participativos y constructores, con aportes que dar, necesidades que expresar y alternativas que señalar, de manera conjunta y en pro del bienestar colectivo y no de intereses individuales. Esta visión supone creatividad y formas auténticas de interacción. No se trata, por ejemplo, de incorporar –únicamente– llamadas telefónicas o realizar encuestas, sumar *likes* o seguidores, sino de incorporar a los miembros de las comunidades en las distintas etapas del proceso y dejar que éstos se amolden a sus necesidades y sobrepasen posturas y esquemas preconcebidos.

Se trata de un reto para la televisión comunitaria, la cual debe distanciarse de los contenidos propagandísticos y las producciones gubernamentales, para enfocarse en las comunidades, en sus formas de expresión y construcción, en sus valores y carencias, en el reconocimiento de la identidad local pero también de la denuncia, en la agenda alterna con temas y personajes cercanos.

MÁS ALLÁ DE LA RECEPCIÓN

Ahondando en las características y particularidades de los medios comunitarios tenemos que en su conceptualización éstos buscan la participa-

ción ciudadana en todas las etapas del proceso comunicativo (y no sólo en la recepción). En este sentido, propicia transformaciones de base, ligadas a la acción de las clases populares y a los movimientos sociales, con la finalidad de superar el rasgo unidireccional en la producción y circulación de mensajes.

Orozco considera algunos cambios en cuanto a los roles, hábitos y consumos de las audiencias enmarcados en lo que ha denominado la «condición comunicacional». Precisa que en la actualidad hay que dar importancia no sólo al «ser audiencia» sino a «estar como audiencia», y analiza distintos factores que hacen posible referir «la emergencia de una nueva audiencia, receptora y productora a la vez» (Orozco, 2010: 27-28).

Para Fuenzalida (2012) la comunicación audiovisual ocurre cuando el destinatario está representado análogamente al interior del texto audiovisual con signos, íconos e índices; lo que demanda también signos de representación reconocibles intertextualmente en la cultura donde se sitúa el intercambio. De este modo, se atiende la dimensión local y cultural, así como los modos de representación y participación.

Las preocupaciones por trascender los esquemas unidireccionales de emisión son comunes a los procesos y estudios comunicacionales actuales, pero tienen especial sentido en el modelo comunitario y alternativo, ya que la participación de las audiencias constituye su esencia y razón de ser.

Examinemos ahora, las denominaciones por las que se ha optado en el marco legal vigente, conscientes de que las palabras no son neutrales y están cargadas de intenciones. La *Ley de Telecomunicaciones* (2000) utiliza el término amplio de **comunidades organizadas**, mientras que el *Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, sin fines de Lucro* (2002) contempla el término **productor** en atención a la participación ciudadana, de carácter individual o colectiva. En su artículo 2, identifica dos figuras fundamentales (**productor comunitario** y **productor independiente**) de la producción comunitaria, las cuales incluyen la participación en todas las fases de elaboración audiovisual.

En el Artículo 26 del citado reglamento se señala que los medios comunitarios deberán: «Disponer de espacios destinados a asegurar la participación directa de los miembros de la comunidad, a fin de garantizar el derecho

de las personas a la comunicación libre y plural». Y, más adelante, puntualiza que deberán: «Abstenerse absolutamente de transmitir mensajes partidistas o proselitistas de cualquier naturaleza». (Ibíd)

Años más tarde, en el artículo 12 de la *Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos* (2004) se opta por la denominación de **usuarios y usuarias**, haciendo referencia a la comunicación como servicio público y se identifican formas de organización para la veeduría o controloría, tales como las *Organizaciones de Usuarios y Usuarías* (OUU), así como para el desarrollo de contenidos a través de figuras como los *Productores Nacionales Independientes* (PNI). Sin embargo, en la práctica no se observa la implementación de estos mecanismos, sino que, más bien, se reducen a ser figuras utilitarias de las políticas gubernamentales.

Paralelamente, abundan declaraciones y actos políticos en los que, directa o indirectamente, se asocian y posicionan los medios comunitarios como aliados estratégicos del gobierno⁹ y no de las comunidades y los ciudadanos, con la diversidad y pluralidad que les corresponden. En los contenidos también se observa una estrecha vinculación entre las televisoras comunitarias y entes del gobierno, lo cual compromete su autonomía. Se tiende, pues, a ser altavoces o repetidores de la pauta marcada por el gobierno¹⁰.

⁹ Por ejemplo, en el encuentro con comunicadores de medios alternativos y comunitarios del estado Miranda, realizado el 12 de diciembre de 2013, la ministra de comunicación e información Delcy Rodríguez habló del «acompañamiento **político-técnico**» que los mismos reciben y afirmó que: «los medios comunitarios y alternativos son un **movimiento revolucionario** al servicio del pueblo organizado» exhortándolos a que: «Continúen en la vanguardia para seguir siendo subversivos en contra de esa **dictadura mediática**». (Énfasis nuestro). Ver nota de prensa disponible en: <http://laradiodelsur.com/?p=229766>. Consultada el 12/12/2013.

Nota de prensa: Cilia Flores: Medios Comunitarios son determinantes para la continuidad de la Revolución. Disponible: <http://www.rnv.gov.ve/index.php/primera-combatiente-conversa-con-emisoras-comunitarias-en-san-agustin>. Consultado el 07/07/2015

¹⁰ Así, por ejemplo, en noviembre de 2012, Conatel entregó 120 horas de programación a 12 emisoras comunitarias: TV Petare, Catia TV y TV Caricuao (área metropolitana de Caracas), Teletambores (estado Aragua), Guatopo TV y TeleCimarrón (estado Miranda), Tarma TV (estado Vargas), Selva TV (estado Amazonas), Rubio TV y Montaña TV (estado Táchira), Calipso TV (Bolívar) y Canal Zeta (estado Zulia). Estas 12 televisoras representan un 33.33% del total de 36 habilitadas y abarcan 8 estados de los 19 que –según Conatel– cuentan con televisoras comunitarias. Ver:

La Ley de Comunicación del Poder Popular (2015) introduce términos cargados de ambigüedades y contrasentidos, por un lado, y manipulaciones y conveniencias, por otro. Refiere al pueblo comunicador y establece figuras como: Consejos (nacional, estatales y municipales) de la Comunicación Popular; los Comités de Comunicación Alternativa y Comunitaria de los Consejos Comunales, y el Sistema Nacional de la Comunicación Popular, sin clarificar los mecanismos de participación ciudadana que, como hemos reiterado, constituyen el núcleo de las iniciativas de comunicación alternativa y popular.

Se retoman o cambian los términos y con ellos las intenciones. Según la semiótica de la comunicación las palabras pueden encerrar orientaciones y carga ideológica, más allá de su denotación y significado puro. El marco legal vigente en materia comunicacional así lo evidencia. De conceptos amplios como *comunidades organizadas*, se pasó a denominaciones más puntuales (usuarios y usuarias) centradas en la aspiración de que los medios comunitarios –y los medios de comunicación en general– funcionaran como verdaderos servicios públicos, lo que en la práctica no pasa de ser un anhelo añejado desde la década de los 70 y 90 cuando desde el proyecto *Ratelve*¹¹ y el proyecto de *Ley Orgánica de la Radiotelevisión*, respectivamente, se abogaba por la creación de una televisión de servicio público.

-
- Televisoras comunitarias recibieron 120 horas de producción nacional (AVN, 01/11/2012). Disponible en: <http://www.avn.info.ve/contenido/televisoras-comunitarias-recibieron-120-horasproduccion%C3%B3n-nacional>
 - Televisoras Comunitarias recibieron programas de TV financiados por Conatel (Noticiero Venevisión, 01/11/2012). Disponible en: <http://m.noticierovenevision.net/nacionales/2012>

¹¹ «Permítame recordar que hubo un Proyecto Ratelve en 1974, elaborado por un muy democrático y plural comité, que sugería dar coherencia al plexo cultura/comunicación y racionalizar el sector radiotelevisivo incorporando al panorama mediático un servicio público no gubernamental, y un proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión sometido al Congreso en 1995 por el Comité por una radiotelevisión de servicio público que contemplaba la creación de una autoridad independiente de la radiotelevisión, paralela a Conatel, que administraría las frecuencias radioeléctricas y crearía un servicio público de radiotelevisión totalmente desgubernamentalizado. Los dos documentos proponían pues, lo mismo, con niveles diferentes de concreción: crear un tercer polo radiotelevisivo que no dependiera ni del mercado ni de Miraflores». Entrevista a Antonio Pasquali. Disponible en: http://www.eluniversal.com/2004/11/15/apo_art_14158B. Consultado el: 19/07/2015

Figuras como las *O UU* y los *PNI* tampoco han mostrado resultados concretos en cuanto a participación, producción de contenidos y veeduría de medios. Por el contrario, se observa una estrecha dependencia del *SIBCI*; siendo que los medios comunitarios resultan ser apéndices o extensiones del aparato gubernamental de medios. Se repiten contenidos nacionales e internacionales de televisoras como *VTV*, *TeleSUR*, *VIVE TV*, los cuales restan espacio a producciones locales con los fines y funciones a los que éstas deberían responder. El intercambio de contenidos también es mediado por instancias del gobierno (*Conatel* y *MinCI*), lo que, inevitablemente, termina siendo un filtro alineado a sus intereses políticos.

CONSIDERACIONES FINALES

La participación ciudadana en la televisión comunitaria suele camuflarse o mal interpretarse. El provocador eslogan de *Catia TV* (*No vea televisión, ¡Hágala!*) sigue siendo un reto, pues como hemos mencionado la verdadera participación de las audiencias no se limita a una fase del proceso comunicacional, sino que plantea el desafío mayor de incorporarlas en los distintos momentos, logrando productos y servicios comunitarios, colaborativos, representativos y democratizadores. Hay que desmontar la oferta engañosa de una participación amañada, incapaz de superar el discurso y trascender a la acción.

La manida expresión «dar voz a los sin voz» plantea que el otro sólo puede hablar cuando se le otorga derecho o capacidad a hacerlo y que es necesaria una tercera persona que interprete y transmita el mensaje. A menudo, los colectivos de personas más vulnerables, marginadas o que simplemente no tienen acceso a la palestra informativa, son reflejados en los grandes medios de comunicación con prejuicios, reforzando estereotipos negativos. Se habla de ellas sin hablar con ellas y sin contar con ellas, construyendo así desde fuera una imagen que ni existe ni ayuda a comprender la realidad (Vilella, 2012: 43).

El tratamiento de la participación ciudadana ha oscilado entre dos puntos: 1. Esta visión heroica de «dar voz» a sujetos que de entrada se asumen como enmudecidos y carentes de posibilidades de expresión propia y que, por consecuencia, requieren un intermediario osado que generosamente

abrirá vías y posibilidades a cambio de alianzas. 2. La intención manifiesta de que las figuras de participación terminen siendo instancias alineadas a los objetivos políticos trazados por quienes ejercen el poder, lo que representa una contradicción con los postulados de la comunicación comunitaria y alternativa cuyo énfasis debe ser, precisamente, ofrecer una opción diferente y diferenciada de los sectores de poder, sean éstos privados o gubernamentales.

Resta decir que para que haya participación, debe haber identificación, apropiación y aceptación por parte de las audiencias y, por el contrario, hemos constatado la exigua penetración de los medios comunitarios en la población venezolana. Queda camino por recorrer y propiciar que la televisión comunitaria adopte los postulados de la auténtica comunicación alternativa, despolitizando la participación ciudadana, fortaleciendo la iniciativa emisora y la función dialógica, y generando contenidos que respondan a las necesidades e intereses de las audiencias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BISBAL, Marcelino y PASQUALE, Nicodemo

(2010) Informe Investigación pobreza. 10 años después, ediciones UCAB.

CASTRO Daniel y MELEÁN, Eubelis

(2007) «La TV Comunitaria en Venezuela. Parte I: La Mediática Global y las Necesidades de un Nuevo Movimiento». *Quórum académico*, 4(2), 106-132. Maracaibo: LUZ.

FUENZALIDA, Valerio

(2012) «Procesos de la audiencia ante la TV». En: *Diálogos de la Comunicación* 85. Revista académica de la FELAFACS.

HERNÁNDEZ, Gustavo

(2001) «La audiencia en los medios de comunicación». En: *Comunicación* N° 113, pp. 46-53.

(2015) «Hegemonía Comunicacional sin Audiencias» Disponible en: http://www.el-nacional.com/papel_literario/Hegemonia-Comunicacional-Audiencias_0_575342514.html

OROZCO, Guillermo

(2010) «Múltiples maneras de estar en lo comunicativo: espectadores, audiencias y usuarios». En: Comunicación 151. Caracas: Centro Gumilla.

MADRIZ, María Fernanda

(2014) Ponencia 1er. Seminario Nacional «Cuadragésimo Aniversario ININCO 2014. Democracia y Comunicación en la Venezuela Contemporánea» UCV.

VÁSQUEZ, Alex

(2015) «¿Cuál es la verdadera audiencia de los programas de la televisión del Estado?»: Disponible en: <http://prodavinci.com/2015/05/12/actualidad/cual-es-la-verdadera-audiencia-de-los-programas-de-la-television-del-estado-por-alex-vasquez-s/>

VILELLA, Paula

(2012) Hablar con voz propia, La televisión participativa y el audiovisual comunitario a través del proyecto Árbol en Uruguay. número 53 Revista de Pueblos. Tercer trimestre de 2012.

Leyes y reglamentos

República Bolivariana de Venezuela. 2001. Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitaria de Servicio Público, sin fines de lucro. Gaceta oficial 1.521 del 3 de noviembre de 2001.

República Bolivariana de Venezuela. 2011. Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Gaceta Oficial, N° 39.610, del 07 de febrero de 2011.

República Bolivariana de Venezuela. 2010. Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y Medios Electrónicos, Gaceta Oficial N° 39.579, del 22 de diciembre de 2010.

República Bolivariana de Venezuela. 2015. Ley de Comunicación del Poder, Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.207, del 28 de diciembre de 2015.