

Por una televisión alternativa y masiva

NATALIA VINELLI :: 31/07/2012

Necesidad política de construir una TV alternativa, seguir levantando herramientas que aporten a la construcción de otra subjetividad aun en condiciones de debilidad

Natalia Vinelli (2012), "Por una televisión alternativa y masiva". En Vinelli, Natalia (Comp.), Comunicación y televisión popular. Escenarios actuales, problemas y potencialidades. Buenos Aires, Cooperativa Gráfica el Río Suena. El debate y posterior aprobación de la ley de medios en Argentina renovó el interés en un área que venía siendo postergada desde la investigación académica e invisibilizada como práctica social y política. Nos referimos a la comunicación alternativa, popular y comunitaria, que tuvo sus momentos de mayor producción teórica en los 60 y 70 (entendida como herramienta de las organizaciones de militancia), pero también durante la transición democrática (más anclada en una conceptualización con eje en el territorio y la cultura), para ser dejada de lado a partir de los 90. Ahora, con la ley 26.522 y una promesa de apertura hacia este tipo de experiencias, se produce una interesante proliferación de artículos y foros que intentan pensar los desafíos que estos medios, y sobre todo la televisión, tendrán en el nuevo contexto legal y tecnológico. En este artículo nos ocuparemos de esos desafíos de manera polémica, a partir de una reflexión –siempre tentativa, siempre contextual– basada en la práctica de la televisión alternativa. Hoy son unos cuantos los canales alternativos y populares que disputan un lugar en el éter y/o experimentan con las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, y son el insumo que nos hace pensar las maneras de “pegar un salto” en la calidad y la llegada de lo que venimos haciendo. Por eso organizamos este trabajo de manera de abordar, en primer lugar, las determinaciones que hacen a la televisión alternativa, que aunque no garanticen un funcionamiento alternativo en todos los casos, necesariamente generan un punto de partida (un modelo de comunicación) que es radicalmente diferente al de los medios hegemónicos y las corporaciones multimediáticas. Junto con esto dejaremos asentadas, en segunda instancia, algunas anotaciones que hacen a una conceptualización de la televisión alternativa, cruzada por lógicas contradictorias de transformación y reproducción y que completan la propuesta de una vía de abordaje de las condiciones de producción de la comunicación alternativa. En tercer lugar nos detendremos en algunos de los desafíos actuales de la alternatividad. Estos desafíos se problematizan en el sentido de evidenciar las tensiones que generan. Para nosotros la masividad, es decir, la visibilización y por lo tanto la disputa de sentido es el desafío más importante de estos días, pero se enfrenta con unas prácticas artesanas por un lado, y por otro con las limitaciones propias de una tecnología de desecho (la televisión de aire) que achica la llegada de manera considerable. En este sentido impulsamos la lucha de los canales de televisión alternativos, populares y comunitarios por concursos específicos para el otorgamiento de frecuencias y un plan de fomento que haga de la migración a digital un camino transitable y no un callejón sin salida. Sin duda uno de los condicionantes más insidiosos para esto es el tema del financiamiento, del cual nos ocuparemos en cuarto lugar y en relación con la ley 26.522 y la cuestión de la masividad. Muchas de las intervenciones recientes aseguran que con la nueva ley de medios se abre la posibilidad de “jugar en cancha grande”, pero sin detenerse en explicar qué significa este supuesto y dando por sentado que abandonar el potrero no es

nada más que una decisión de los colectivos que hacen TV popular. De este modo se cristalizan las prácticas y se las lee como si carecieran de restricciones y condicionantes externos, como si no estuvieran insertas en un tiempo y en una sociedad dados ni cruzadas por profundas desigualdades. Para nosotros la comunicación alternativa, y dentro de ésta la televisión, no puede pensarse por fuera del cruce entre política y comunicación, por eso nos preguntamos –siguiendo con la metáfora– cómo se financiaría el juego en una cancha grande, quién haría el reglamento y quién sería el árbitro. También nos parece necesario plasmar algunas distancias entre la televisión alternativa, popular y comunitaria y la televisión como pyme, porque ambas se amontonan en el tercio del espectro destinado por ley a las organizaciones sin fines de lucro, provocando conflictos que tienen que ver con las desiguales condiciones de producción de cada una de estas experiencias. La caracterización de la comunicación alternativa, popular y comunitaria como “organizaciones sin fines de lucro” fue, de hecho, cuestionada por un conjunto importante de medios populares durante el debate de la ley de medios, porque refiere a un modelo de comunicación y de periodismo cuyos métodos de trabajo, gestión y funcionamiento poco tienen que ver con las realidades de la comunicación popular. Por último y en quinto lugar, nos referiremos a la necesidad política de construir una TV alternativa, ese impulso que nos anima a seguir levantando herramientas que aporten a la construcción de otra subjetividad aun en condiciones de debilidad y a sabiendas del largo camino por recorrer antes de festejar los resultados. Eso que hace que la televisión sea parte de un proyecto alternativo a secas, pero que también sea televisión y requiera un modo de funcionamiento y, vamos a decirlo, un tipo de militancia que reconozca esta especificidad. Las experiencias hasta ahora vienen demostrando que es posible sostenerse y avanzar, incluso con todos los matices que hacen a la variedad de las prácticas y sus orientaciones políticas e ideológicas. Tras décadas de persecución legal, allanamientos y decomisos, sin un financiamiento que esté estratégicamente resuelto, con tecnologías de desecho y contra todos los pronósticos que asocian la comunicación a las ganancias, la televisión alternativa viene demostrando que es posible hacer y multiplicar una imagen televisiva de calidad que diga otras cosas. Que, como señala el maestro Fernando Birri entrevistado para otro artículo de este libro,[1] si la hay la hay, y si no se crea en estado de necesidad. Necesidad de construir otra pantalla con lo que se tiene y hacerlo lo mejor posible, de discutir criterios de noticiabilidad y formación de agenda en conjunto con o insertos entre los sectores movilizados de la sociedad. Necesidad de experimentar con géneros y formatos populares, de avanzar en la instalación de herramientas propias que evidencian, cuando existen, las enormes distancias –los antagonismos– entre el periodismo popular y el periodismo hegemónico. Y a partir de conocer estas distancias y estas desigualdades, avanzar colectivamente en la superación de las mismas. **La colaboración como determinante** En su libro Sobre la televisión, el sociólogo francés Pierre Bourdieu pone de manifiesto cómo el campo económico somete al campo televisivo a través de la competencia por el rating. La búsqueda permanente de la primicia en desmedro del chequeo de la información; el sensacionalismo y la espectacularización de la política que es considerada aburrida por periodistas y productores (y por lo tanto no sintonizable, poniendo en riesgo los dichos puntos de rating), son mecanismos estructurales que hacen al funcionamiento televisivo. Traemos este planteo para destacar las determinaciones que hacen a una y otra TV: mientras que la televisión hegemónica está determinada por la competencia (la lucha por cotizar los espacios publicitarios de acuerdo con la cantidad potencial de consumidores que refleja la medición del rating), la televisión alternativa está determinada por la colaboración y la solidaridad

entre pares. Para ser más claros: la colaboración y la solidaridad son tan necesarias para el funcionamiento televisivo alternativo como la subordinación a las exigencias del mercado lo son para la televisión comercial. De hecho Bourdieu subraya que el grado de autonomía de un medio debe mensurarse teniendo en cuenta el porcentaje del financiamiento proveniente de la publicidad, la asistencia estatal y el grado de concentración de sus anunciantes, a lo que agregamos cómo esto moldea la concepción dominante de la comunicación: vertical, unidireccional y por sobre todas las cosas, rentable. Lo reconoce con su verborrea habitual el periodista Jorge Lanata, en una entrevista con el diario La Nación y en referencia a la ley 26.522: “Esto de ‘vamos a desmonopolizar los medios creando nuevos medios’, no significa que esos medios vayan a tener público. Una cosa no trae a la otra. Esta boludez de ‘hagamos la radio de los wichis’, ¿quién carajo va a escuchar la radio de los wichis? Y lo que es peor, ¿quién va a poner avisos en la radio de los wichis? ¿Y cómo le van a pagar el sueldo a los operadores? Esto es vida real. Es un negocio como cualquier industria”.[2] No arriesgamos mucho si decimos que a los hermanos wichis seguramente les interesa su radio, decir sus luchas, pensar el mundo desde sus lógicas contra la radio huinca que es la única que hay o la única que tiene la potencia y el alcance como para “pisar” los intentos desde abajo. Y que lo más seguro es que muchas otras radios, pertenecientes a la comunidad wichi o no, se interesarán en repetir y compartir sus discursos, sus reclamos, sus maneras de contarse. ¿Quién le pondrá avisos? Más adelante nos detendremos en esto, por ahora basta recordar que en nuestro país el Estado es uno de los grandes anunciantes de ese “negocio” al que se refiere Lanata. Pero volvamos a los antagonismos entre uno y otro modelo de comunicación y sus condiciones de producción. Está claro que si el objetivo es el lucro, la búsqueda central será posicionar la pantalla para ofrecer una cuota de mercado más atractiva para los anunciantes, compitiendo con otras emisoras mediante el sensacionalismo y el entretenimiento vulgar, de manera de cotizar más y mejor los espacios (en las tandas, en la publicidad no tradicional, vendiendo publicidad como información, promocionando productos y servicios, etc.). Por el contrario, lo que venimos observando en la práctica de la TV alternativa y popular es radicalmente diferente, y no sólo por la ausencia de lucro como fin del medio: cuando decimos que la colaboración y la solidaridad son determinantes, estamos haciéndonos cargo de que para construir una pantalla alternativa con una programación que abarque buena parte del día es necesario, fundamental, abrir las puertas a otros espacios, colectivos y experiencias. Con esto queremos subrayar que la cooperación es un punto de partida de la TV alternativa. Obviamente ésta se basa en acuerdos políticos y comunicacionales, pero responde también a una necesidad estructural. Para poner en pie un canal alternativo, popular o comunitario hay que abrir la programación a experiencias similares (de trabajadores, estudiantes, comunidades, géneros, pueblos originarios...), potenciando las corresponsalías y la llegada mucho más allá de lo que un transmisor análogo pueda atestiguar (volveremos sobre este tema al trabajar la cuestión de la masividad). Estas condiciones de producción, que son opuestas a las del sistema mediático hegemónico, son la argamasa sobre la que crece otra comunicación, pero no configuran una vacuna por sí mismas ni garantizan per se la alternatividad. Lo que sí favorecen, sin ninguna duda, es el desarrollo unas relaciones sociales proclives al cambio que la competencia como punto de partida nunca puede generar. **Ni dogma ni pureza: conflicto** Decíamos recién que las determinaciones que hacen a la televisión alternativa, si bien son un punto de partida, no garantizan por sí mismas la alternatividad de la práctica. Lo social no es nunca mecánico ni lineal; en todo caso, lo que existe en la base son condiciones que promueven o fomentan el desarrollo en un sentido, aunque no lo certifican. En el análisis de las

experiencias es fundamental estudiar los actores que las impulsan y las lógicas que cruzan el método de trabajo, la gestión, los roles, los objetivos y la pantalla: son lógicas sociales contradictorias que coexisten en el seno de la práctica de la televisión, porque remiten a concepciones del mundo diametralmente opuestas. La televisión alternativa no existe por fuera de estas lógicas ni por fuera de las relaciones hegemónicas en una sociedad dada; al desarrollarse en el marco de una formación social capitalista estas experiencias estarán todo el tiempo tensionadas entre la transformación y la reproducción de la cultura y la comunicación hegemónicas. El canadiense Michel Senecal (1986) sostiene que estas lógicas pueden conducir hacia un proceso de integración o de distanciamiento respecto de los modelos dominantes: la comunicación alternativa es portadora de estas lógicas y al mismo tiempo es su resultado, justamente porque no se trata de experiencias fosilizadas sino que se encuentran en permanente tensión; de ahí su riqueza. Las contradicciones se expresan siempre, ante cada situación y de muchas formas: por ejemplo en las búsquedas de financiamiento a través de la publicidad o la cooperación internacional y sus efectos o no sobre el discurso; en las maneras de poner en el aire los programas, en la toma de decisiones o en el “arte” del canal, pasando por las vías de participación en relación con la capacitación en técnicas de cámara y montaje y las relaciones sociales que se van generando entre sus miembros. En todos estos aspectos conviven vestigios de lo dominante y gérmenes de lo nuevo que se quiere construir: la ruptura o la reproducción pueden ejercerse todo el tiempo hacia el interior de la misma práctica y con una intensidad de diversos grados. Todas estas cuestiones pueden convivir y resolverse de diferentes maneras en la práctica del mismo medio, acercándolo más o menos a una práctica transformadora. En este sentido no hay “pureza” en lo alternativo sino formas en las que se resuelven cotidianamente los conflictos que se presentan. Esto aporta a una lectura de la televisión alternativa donde las contradicciones tienen un lugar importante para el análisis, dejando de lado las lecturas esencialistas o románticas que ven resistencia en todas las prácticas populares por el solo hecho de “venir de abajo” o que, como la otra cara de la misma moneda, evalúan la práctica negativamente porque no se ajusta al dogma. Senecal, para explicar la variedad de matices que genera el conflicto entre las distintas lógicas, recurre muy oportunamente a los niveles de praxis que desarrolla Henri Lefebvre en *Sociologie du Marx*: “Hay tres niveles de la praxis: en los dos extremos, el repetidor y el innovador, y entre ambos, el mimético. La praxis repetidora vuelve a iniciar los mismos gestos y los mismos actos en ciclos determinados. La praxis mimética sigue unos modelos; llega a crear mediante la imitación, y por tanto sin saber cómo ni por qué; pero es más frecuente que imite sin crear. En cuanto a la praxis inventiva y creadora, alcanza su más elevado nivel en la actividad revolucionaria. Esta actividad puede ejercitarse tanto en el conocimiento y en la cultura (la ideología) como en la acción política” (Lefebvre, 1966; citado en Senecal, 1986: 141 y 142). Como ilustración de lo dicho podemos observar las estrategias enunciativas y de estilo elegidas para la conducción, que tienden por momentos a repetir esquemas apprehendidos como televidentes desde nuestra infancia, o la organización de los programas a veces con criterios no muy distintos a los que la TV tradicional nos tiene a esta altura acostumbrados para el segmento de público joven. Otra, en sentido contrario, puede ser el lugar que ocupa la TV popular entre los sectores movilizados de la sociedad, y las maneras en que se tejen relaciones que generan una confianza muy diferente a la propinada hacia los medios hegemónicos (lo cual redundaría en un tipo de cobertura periodística sensiblemente distinta). La construcción de una agenda de temas que poco tiene que ver con la selección de lo noticiable por parte de los medios hegemónicos es otro elemento para estudiar; al

igual que el lugar que ocupan la información y el entretenimiento en la pantalla y si en éste último aspecto existe o no una propuesta. Es decir que para analizar la televisión alternativa es fundamental descubrir y abordar de manera problemática cómo opera la relación de fuerzas en el desarrollo preponderante de una u otra lógica social, y cómo éstas se presentan entre los distintos aspectos que hacen a la práctica. Estas lógicas pueden ir del rechazo abierto de los códigos dominantes a partir de la creación de códigos nuevos (códigos comunicacionales, políticos y sociales) hasta la reproducción, incluyendo una praxis ambigua que en determinadas circunstancias puede crear, aunque las más de las veces imite aquello que inicialmente se planteaba cuestionar. Así la práctica se moldea cotidianamente: “Aun queriendo desmarcarse social y políticamente de prácticas comerciales e institucionales, estos medios comunitarios se sorprenden a sí mismos escogiendo entre praxis que los llevan de la reproducción a la innovación, pasando por el mimetismo” (Senecal, 1986: 148). Un buen ejemplo de lo que venimos señalando fue el fenómeno de los canales de televisión de aire que se desarrollaron en los últimos 80 y primeros 90 en la Argentina (que, según cifras de la Asociación Argentina de Televisión Comunitaria AATECO, llegó a sumar 200 experiencias entre emisoras establecidas y proyectos experimentales). Estos canales se desarrollaron en el marco de tendencias que respondían a estas lógicas sociales contrapuestas, integradas o distanciadas de los modelos tradicionales: desde las televisoras que priorizaron lógicas de organización y gestión microempresarias centradas en intereses económicos y creativos individuales (lógica comercial), hasta aquellas que se plantearon como alternativas y comunitarias -cuyo mejor exponente fue el canal 4 Utopía de Caballito-, rompiendo con el modelo televisivo hegemónico y convirtiendo al público destinatario en agente activo del proceso (lógica de transformación). Pasando, también, por las prácticas televisivas que buscaron hacer lo suyo en un marco que podría caracterizarse como de complicidad semi-institucional; es decir, de vinculación con caudillos y funcionarios municipales como estrategia de supervivencia, lo que finalmente tiñó las prácticas (lógica de cooptación).[3] La experiencia de comunicación alternativa oscila entonces entre estas lógicas, de acuerdo a las relaciones de fuerzas que operan en su seno y teniendo en cuenta las tendencias predominantes hacia el interior de la sociedad nacional. De ahí la importancia del contexto socio histórico en que la práctica se desarrolla: como escribe Senecal, “tanto si es comunicacional como de otra clase, la alternativa experimenta, en sentido favorable o desfavorable, los efectos de una coyuntura concreta. Y sufre igualmente los obstáculos que le imponen las reglas y las normas de la sociedad en cuyo seno emerge. Ignorarlas o transgredirlas no significa de por sí que tales reglas y normas ya no existan” (1986: 150). **La llegada como problema, el artesanado como limitación** Las tensiones que venimos recuperando para el análisis se proyectan de manera polémica sobre la relación alternativo / masivo. La llegada es para nosotros uno de los obstáculos de la alternatividad; por eso el desafío de la masividad es una de las preocupaciones más acuciantes de nuestra práctica y reflexión alrededor de una televisión alternativa. En las décadas de los sesenta y setenta la masividad estaba directamente asociada a las experiencias revolucionarias y sus estrategias de poder; hoy en cambio es necesario desandar esa derrota (en el sentido de superarla) para problematizar la noción de lo alternativo haciendo el esfuerzo de escapar a la asepsia políticamente correcta que hace de lo pequeño, lo local, lo cercano o lo micro una supuesta garantía de participación popular. “Es un pequeño mundo, cálido y cerrado, acogedor y marginal, confortante porque uno lo conoce bien y se reconoce dentro de él -señala Mattelart (2011: 89). (...) La ‘cultura alternativa’ aparecería de este modo como un fenómeno transparente, un depósito del que

bastaría con extraer productos y prácticas. Desde esta concepción 'religiosa' o populista de lo popular como un territorio independiente o un 'paraíso perdido reencontrado', surgen (...) numerosas ambigüedades en torno a las nociones de participación, interacción, y comunicación participativa o interactiva, que son despojadas de las contradicciones sociales que marcan todas las prácticas de resistencia. A la última moda, la noción de 'participación' se define fuera de cualquier referencia a la dura evidencia de la desigual distribución de los códigos necesarios para la apropiación de la tecnología por parte de un grupo social".

Hacerse cargo de lo específico del soporte televisivo para resolver el mandato tecnológico que hace unilateral al medio y subvertirlo es un comienzo mejor que su negación: si lo que se busca es construir medios en un sentido transformador, contradicciones mediante, el populismo posmoderno acá tiene muy poco que aportar. La televisión es un soporte pesado que hay que examinar atendiendo a sus particularidades, y exige una producción de contenidos constante que requiere capacitación. Además supone una inversión económica en equipos y recursos que, si bien está lejos de ser inalcanzable, no deja de ser importante y es claramente mayor que la que puede demandar cualquier medio basado en la utilización alternativa de Internet (por ejemplo, agencias de noticias o revistas en línea), los periódicos barriales o los boletines fabriles. Por eso la primera pregunta que guía nuestra praxis es: ¿Para qué montar un canal de televisión alternativo, popular o comunitario? Con esto estamos haciendo eje en los objetivos del medio como punto de partida, para luego analizar la relación de fuerzas y las alianzas con las que se cuenta para levantarlo. Montar un canal de televisión es sumamente importante dentro de una estrategia emancipadora, sobre todo teniendo en cuenta el papel hegemónico que la televisión viene cumpliendo sobre la subjetividad social y la manera en las que ha reconfigurado el sistema de medios en su conjunto. Luego está la relación entre el esfuerzo desplegado, su mantenimiento y el alcance: ¿Vale la pena montar una emisora para pedirle a la comunidad que saque "el cable del televisor y ponga la antena de aire, y si no tiene no importa porque puede pinchar dos tenedores en una papa"? Esta consigna es simpática y en el pasado la levantamos, entendiendo que sintetiza la fuerza de la comunicación superando toda imposibilidad, pero hoy no podemos dejar de señalar sus enormes limitaciones y su contenido regresivo cuando se la transforma en ideología. No sólo porque no puede escapar de la comodidad de la pequeña dimensión, sino también porque condena tanto las condiciones de producción como las de recepción del medio al artesanado. Además supone conformarse con lo que el avance tecnológico ha convertido en desecho porque no queda otra o es lo que hay (posibilismo). La televisión por aire analógica perdió hace rato la batalla contra la televisión de cable (incluso siendo paga), sobre todo en las ciudades. Hoy la gran mayoría de la audiencia televisiva consume cable y, según la consultora IBOPE, el índice de penetración de cable para el Gran Buenos Aires a partir de enero de 2007 es del 75,1 por ciento. Con este panorama se entiende por qué los televidentes pueden perder la vieja antena del televisor y por qué deberán improvisar otra antena con la papa y los tenedores. El interrogante acá sería por el tipo de destinatario capaz de realizar esa operación, y nos animamos a decir (sin sentir que arriesgamos demasiado) que ese destinatario es también un hacedor, alguien cercano a la experiencia y por lo tanto tan convencido de la necesidad de una TV hecha desde abajo como para desconectar, por un rato, el cable de su televisor. A esto se agrega el nacimiento de la televisión digital, que promete llegar a todos los rincones con una propuesta enunciada como diversa y gratuita. Habrá que ver en el futuro inmediato de qué manera se apropiarán los televidentes de esta nueva tecnología, y los usos posibles de la convergencia entre televisión e Internet. Como sea, seguir prendados de la TV artesana como señal de

pureza y ejercicio de autoafirmación del derecho a comunicar puede parecerse mucho a la ficción pos nuclear. Una cosa es que sea el piso desde el cual partir, otra muy distinta es que se convierta en un techo. Ciertamente hemos aprendido montando canales itinerantes, transmitiendo desde los lugares de conflicto más preocupados por el registro que por la llegada. Levantar una televisora y ponerla a transmitir aún con poca potencia pone en juego nuestras capacidades y enseña a resolver problemas con creatividad, pero esto no debe obturar el debate por lo masivo que hoy, a diferencia de los 80 y 90, implica superar la etapa análogo-artesana. Por otra parte, pensamos que es tarea de la TV alternativa proponerse estrategias de superación de las limitaciones tecnológicas para alcanzar la masividad, y no hacer de esas limitaciones una ideología o una bandera. Para nosotros en la llegada real se abre la posibilidad de disputar sentido a lo dominante a nivel masas, generando consenso en torno a la transformación y el socialismo: entendemos a la TV como una herramienta y a la instalación de medios propios como espacios arrebatados a la hegemonía. Esto no significa desestimar la diversidad de experiencias televisivas existentes (de hecho, formamos parte activa de las mismas y articulamos políticas conjuntas). Al contrario, supone abrir el debate de cara a avanzar en el proceso de construcción de poder popular, conceptualizado como la capacidad de los trabajadores y el pueblo de darse sus propias herramientas creándolas o quitándoselas (y resignificándolas) a las clases dominantes, hasta llegar a construir un nuevo Estado y una nueva sociedad. Se trata -en la lectura de Antonio Gramsci alrededor de la “guerra de posiciones” para los momentos fríos y las sociedades complejas-, de desarrollar “la capacidad de pelear los innumerables espacios de la sociedad moderna en períodos en los que el choque frontal contra el Estado no es posible ni deseable” (Caviasca, 2011: 62). Luego está la cuestión de cómo entender la masividad y la propuesta de algunos sectores de la alternatividad comunicacional de alcanzarla a través de un trabajo en red entre pequeños medios, muchos de ellos con tendencias hacia lo expresivo, lo performativo y lo artístico “en detrimento de los gestos históricos y tradicionales de la vanguardia política” (Mangone, 2005: 200), leída como vertical y burocrática, cuando no, anacrónica. En esta mirada subyace la discusión sobre la multiplicidad de los lenguajes (no hay “un” lenguaje “autorizado” sino “varios lenguajes”), y el debate sobre la idea de “autodelegación” versus los “mecanismos de delegación del poder” vistos en las estructuras tradicionales de organización de los trabajadores y el pueblo, como el partido y el sindicato. Estas discusiones están inspiradas en el “laboratorio italiano” de los 70 (Bonomi, 2006: 594-598), que hay que leer en el marco del papel reformista y capitulador cumplido por los partidos comunistas europeos.[4] En las versiones más radicales de estos planteos se visualizan los intentos de construcción de medios centralizados o ligados a organizaciones populares como verticales, institucionalizados y con poco espacio para la participación, como meras “correas de transmisión” que traban la comunicación, entendida esta última como diálogo y como relación vincular cuyos objetivos están dados por la proliferación de emisores conectados en red. El eje de estos planteos no está dado por la llegada sino por “tomar la palabra”, hacer televisión antes que verla, con lo cual el tema de la masividad es abandonado por completo. Según el filósofo y comunicador italiano Franco “Bifo” Berardi en una entrevista con la revista *Zigurat*, “lo importante no es la conquista de las audiencias, sino la relación comunicativa con los sujetos sociales que participan del proceso de la comunicación. (...) el problema no es la audiencia, sino la producción de comunicación y la generación de comunicadores sociales como agitadores sociales capaces, no sólo de ser escuchados, sino sobre todo de producir procesos de proliferación de la actividad comunicativa” (Albornoz y Calvi, 2003: 57). Frente a estas

posturas insistimos en que es necesario recuperar la tradición latinoamericana del periodismo militante leído en el contexto actual, donde la comunicación y el periodismo cumplen una tarea importante para la movilización y la organización popular (una tradición, por otra parte, de lo más variada: desde la concientización y el cine como arma en Cine Liberación a la herramienta de contrainformación en Cine de la Base, pasando por la problematización crítica y revolucionaria de Santiago Álvarez y su impronta en el Noticiero ICAIC Latinoamericano, que rompió con los moldes de la solemnidad para construir y defender la Revolución Cubana). En esta línea hay que pensar la construcción de medios potentes de llegada masiva que disputen sentido (es decir, poder), sobre todo cuando trabajamos con soportes pesados como el televisivo: hay que aprovechar las posibilidades que ofrece la TV y no pedirle que opere de la misma forma que otros soportes o espacios de encuentro, como por ejemplo los talleres de formación audiovisual que no requieren de un gran aparato para ponerse en marcha. Esto no significa subestimar del trabajo de los medios que construyen desde los márgenes del sistema (aunque señalando los riesgos de cercenar el sentido a lo pequeño o de abandonar la cuestión de la llegada): todas las experiencias aportan en un diseño integral que, con sus tensiones, debe ser capaz de contener micro, meso y macro medios en relación con los objetivos y de acuerdo con los énfasis puestos en el trabajo territorial o en una intervención política más abarcadora. Pero no seríamos honestos si no subrayáramos que experiencias micro hay en cantidades, que el trabajo en red aún no ha llegado a amplios sectores de la sociedad con otra cosmovisión de mundo y que la ausencia de medios masivos en manos de los trabajadores y el pueblo sigue siendo una deuda pendiente. Trabajar para la articulación de todas estas experiencias como forma de contrarrestar el discurso hegemónico en un paso fundamental. **El**

financiamiento: un talón de Aquiles Está claro que la cuestión de la masividad está asociada a otra incluso más conflictiva, que es el financiamiento. Y nos referimos a un financiamiento capaz de sostener la estructura de un canal de televisión alternativo que se plantee, como venimos argumentando acá, la llegada como parte fundamental del proceso comunicacional. Sobre el financiamiento es dónde se proyectan de manera más insidiosa las contradicciones entre las lógicas sociales de reproducción y transformación; y a la vez es el talón de Aquiles de las experiencias que, si no lo resuelven, quedan indefensas frente al ahogo o la repetición. Impedidas de crecer, las prácticas con el tiempo tienden a quedar a la deriva, sujetas a la voluntad y compromiso de un colectivo de realización que padece, también, los efectos de una coyuntura concreta. Suelen darse en los encuentros de medios alternativos grandes debates en torno a la publicidad, y otros tantos alrededor del fomento estatal, que encienden las posturas más radicalizadas. Las grietas que se abren con la nueva ley de medios sin duda reactualizan estas históricas polémicas. La posibilidad de concursar por frecuencias en televisión digital pone el tema del alcance en otro orden –el del aire real–, y obliga a prestar al financiamiento la debida atención: este tema no se puede dejar librado a la improvisación o el azar. En este sentido y si seguimos la línea de análisis propuesta, comprenderemos que la tensión no se genera en la institución que financia al medio (que tendrá sus propias dinámicas y será más o menos presionable por la movilización popular de acuerdo con la correlación de fuerzas en un momento dado), sino en los efectos que este financiamiento tenga finalmente sobre la práctica, cuestión que debe resolverse en el seno de la misma. Sólo cuando existe voluntad de contraparte la experiencia alternativa se institucionaliza y pierde sus objetivos de transformación (o lo que es parecido, se aggiorna), fagocitada por las lógicas de reproducción. Si resiste, no. En otras palabras: Si la amenaza de retirar la publicidad o recortar los subsidios estatales lleva a suavizar el discurso,

seleccionar con criterios “políticamente correctos” la agenda de temas o limitar las voces que se expresan a través de nuestra pantalla, entonces tendremos que afirmar que la lucha por la supervivencia nos ha llevado a reproducir una lógica de integración hacia el modelo comunicacional dominante, siendo la práctica cooptada por éste. Pero también puede suceder que ante la presión el medio responda con una intervención política organizada, con la movilización de los sectores del campo popular que apuestan a su crecimiento y con la denuncia del chantaje que este tipo de amenazas genera. Lo estratégico en este plano, como en todos, está dado por la inserción de la televisión en un proyecto mayor, capaz de intervenir en los conflictos que el desarrollo normal de cualquier práctica social enfrenta. Éste es su mejor reaseguro. Ejemplos de la relación entre organizaciones sociales y políticas y cuestiones que de una manera u otra hacen al financiamiento hay muchos. La década neoliberal dejó sus enseñanzas, y las organizaciones populares pudieron asumir el desafío de trabajar en conjunto con un actor social perseguido por la falta de trabajo y el hambre. Nos referimos al movimiento de trabajadores desocupados, que fueron los primeros en resolver organizativamente y en un sentido transformador los subsidios y planes sociales arrancados al Estado luego de innumerables cortes de ruta. Vale la pena recordar, también, que en ese momento muchos partidos de la izquierda tradicional cuestionaron este tipo de construcciones, en la sospecha de que significaban aceptar migajas y que desmovilizarían la lucha por trabajo genuino, llevando además a la baja los salarios de los trabajadores ocupados. Sin embargo esto no fue así y, aún con casos de cooptación o deformación notables en medio del proceso, estos mismos partidos terminaron avanzando en construcciones propias en ese mismo frente de lucha. También podemos traer a modo de ilustración el caso de las empresas recuperadas y puestas a producir por sus trabajadores, con los debates que se abrieron inicialmente alrededor de la expropiación bajo control obrero, la estatización o la formación de cooperativas, y las dificultades generadas para colocar la producción de mercancías realizadas a través de relaciones solidarias sin patrón en un mercado capitalista. La lucha de las recuperadas por subsidios y apoyo estatal sirve para ejemplificar en el mismo sentido: se avivan conflictos entre unas lógicas de transformación que son acicateadas por lógicas integracionistas. Algunos no logran superar la tensión positivamente y convierten el atajo en estrategia. Otros utilizan lo logrado en la lucha para seguir organizando el movimiento con más y mejor proyección. Pensamos que el financiamiento de la televisión alternativa debe atender a estas experiencias anteriores y extraer de ahí enseñanzas, tanto de los aciertos como de los errores. Que ninguna de las posibilidades se da milagrosamente si no se la milita y se la pelea. Que en todos los casos se hace necesario evaluar en profundidad y a plena conciencia las dificultades que se abren y las maneras de enfrentarlas. Y, claro está, que no todo es lo mismo ni da igual, porque también las instituciones –y muy especialmente la cooperación internacional- se maquillan con este tipo de emprendimientos en la medida que los lean como contenedores de la conflictividad social. Ejemplos sobran, basta con enunciar la habitual intervención de las fundaciones Ford o Rockefeller en el país hermano de Colombia, generalizable al papel de muchas ongs en los países sobre los que se pretenden crear corrientes sociales contrarias a la emancipación, la autonomía nacional o el socialismo, o destinadas a promover nuevos consensos “democráticos” pro-occidentales (República Bolivariana de Venezuela, mundo árabe, etc.). Asimismo existen en Nuestramérica procesos de televisión popular y comunitaria en los cuales referenciarse. Nos referimos concretamente al caso de Venezuela, donde existe un apoyo real del Estado, no exento de contradicciones, hacia los medios alternativos. El riesgo puede ser una tendencia hacia la limitación de la autonomía de los

canales populares (apuntado por Oscar Lloreda en el artículo sobre la TV alternativa en ese país que se incluye en este libro),[5] pero la convicción y la fuerza organizativa de los colectivos inmersos en el proceso popular deberán ser los que resuelvan la tensión hacia las necesidades de las comunidades que los albergan. En definitiva, pensar el tema del financiamiento sin pruritos y atendiendo a la correlación de fuerzas puede ser un camino que ayude a ir avanzando en la cuestión hasta tanto cambie o se profundice el estado de la lucha de clases. Porque si en los 60 y 70 la masividad estaba dada por la inserción de los medios en las organizaciones revolucionarias (que con mayor o menor acierto desplegaron políticas comunicacionales que es necesario seguir estudiando), también esa situación de pertenencia resolvía estratégicamente el problema del financiamiento. Hoy las organizaciones políticas populares son menos poderosas y se encuentran fragmentadas en nuestro país, que todavía sufre los efectos de la derrota. Pero sin duda las apuestas del pasado vuelven como experiencia acumulada, y los sindicatos, organizaciones y partidos comienzan a ver en la televisión alternativa un espacio que es necesario apoyar y fomentar, haciéndolo propio. Ésta es la vía más rica de resolución, la estratégica y por lo tanto la que merece ser desarrollada con todo el detenimiento; una vía que traza el tipo de articulaciones que el medio, como parte de un proyecto más amplio de intervención política y construcción de poder popular, se da a lo largo del tiempo con otros sectores en un sentido amplio. La posibilidad de conformar este tipo de relaciones es, para nosotros, el eje central desde el cual evaluar todos los demás, y el centro del proyecto tanto en lo político como en lo comunicacional. Implica, además, mensurar la fuerza con la que se cuenta a la hora de reclamar un plan de fomento al Estado o exigir cuotas de publicidad oficial (mediante las cuales se mantienen tanto los medios estatales como los privados pro-gubernamentales e incluso las corporaciones multimediáticas), y la capacidad que se tiene para reclamar que se haga efectivo el 33 por ciento del espectro destinado a las organizaciones sin fines de lucro por ley 26.522. Dos cuestiones más. La primera, la más obvia, tiene que ver con el compromiso que cotidianamente demuestran los impulsores de la televisión alternativa, sin cuyos aportes voluntarios y capacidad de trabajo sería imposible siquiera pensar en construir medios propios. Sin este núcleo de militancia capaz de poner lo colectivo por sobre lo individual y a la vez de estimular políticas de participación que atiendan a diferentes niveles de compromiso, la televisión popular sería un sueño eterno. La segunda tiene que ver con la televisión alternativa en el marco de un movimiento solidario mayor. De la misma manera que la colaboración es necesaria para poner al aire una programación televisiva que cumpla con los requerimientos de horarios y géneros, debería serlo la colaboración para ir resolviendo en el corto plazo temas que hacen al financiamiento y a la transferencia tecnológica. Éste fue uno de los acuerdos que surgieron del Encuentro Latinoamericano de Televisión Popular realizado en Villa Francia, Santiago de Chile, en enero de 2011, en la convicción de que estas dificultades deberían superarse de manera colectiva, gestionando relaciones con los procesos populares del continente, compartiendo tecnología y proyectos presentados, poniendo en común vías de financiamiento. De la misma manera se defendió una gestión de y para el conjunto hacia los organismos de la cooperación internacional, en la convicción de que estas formas colectivas de abordaje de las relaciones pueden agilizar resultados y garantizar un desenvolvimiento menos accidentado. En esta línea de trabajar en frentes comunes también muestran un camino los documentalistas militantes que convergieron en la creación de la asociación DOCA, muy cercanos (por capacitación y/o por integrar los colectivos de TV) a la televisión alternativa. Este espacio logró establecer, gracias a la movilización en conjunto, líneas de subsidios a

través de concursos para el documental de bajo presupuesto, obteniendo incluso la reivindicación del reconocimiento como institución del documental y por lo tanto promoviendo jurados propios para los organismos de selección de los proyectos. El recorrido de la TV es más breve, pero tiene en esa apuesta una fuente de la cual beber: de hecho ya se dieron los primeros pasos en las luchas de los canales alternativos, populares y comunitarios frente a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, organizados en el reclamo de la apertura de concursos para la adjudicación de frecuencias de carácter específico, entendiendo que se trata de actores diferenciados dentro de la incómoda categoría “organizaciones sin fines de lucro”. Esto es importante porque en los hechos los medios populares compiten en desigualdad de condiciones con medios pymes, y en este sentido vemos significativamente cómo la concepción que surge de las palabras de Lanata respecto a la supuesta inviabilidad económica y de audiencia de una radio en manos de la comunidad wichi se cuela también en los pliegos que llaman a concurso para la televisión digital.[6] Cuando la ley de medios se traduce en los pliegos concretos aparecen exigencias para los “sin fines de lucro” que demuestran una incomprensión respecto de la naturaleza militante de este tipo de medios. Esto se agrava más cuanto que se “confunden” alternativos con pymes, reclamando a los primeros condiciones de admisibilidad que sólo los segundos pueden cumplir. Pensamos que los medios pyme tienen derecho a un lugar en el éter, a la promoción y el fomento estatal, y a acceder a pliegos cuyo valor no los vuelva restrictivos. También pensamos que aportan a la desmonopolización y a la democratización de la comunicación, y que están en desigualdad de condiciones frente a las grandes empresas, lo que requiere para ellos un tratamiento especial. Pero tienen fines de lucro, y esto genera desigualdades importantes respecto de los que no lo tienen. **Razones para hacer otra pantalla** Si lo que se argumentó hasta ahora pone en evidencia las dificultades que la televisión alternativa, popular y comunitaria enfrenta en el contexto actual, este último apartado busca describir las razones que nos animan a seguir construyendo, a seguir apostando por una TV masiva en manos de las mayorías. Quedan sin duda muchos aspectos en el tintero, pero nuestra intención con este trabajo es abordar algunos de ellos de manera polémica, en la confianza de que en un libro como el presente otras voces se ocuparán de desarrollar con mayor detenimiento elementos que merecen ser analizados (por ejemplo la tensión hacia la profesionalización o las relaciones entre comunicación alternativa y nuevas tecnologías, pasando por un análisis más exhaustivo de la relación entre emisoras comunitarias y ley de medios). Para nosotros es evidente la necesidad política de una TV popular. Lo vemos cotidianamente, cuando las pantallas hegemónicas construyen el relato de una sociedad donde los que menos tienen son los responsables del “caos vehicular” y las razones de sus reclamos (y la historia de las luchas que los movilizaron a las calles), están ausentes de la noticia. Lo vemos cuando las fuentes a las que recurren los periodistas, con la televisión a la cabeza, se suceden interminablemente entre los funcionarios estatales, los representantes de las cámaras empresarias y la institución policial (o la gendarmería, según el caso). El ejemplo más reciente al cerrar estas líneas es el lamentable asesinato de tres militantes sociales en Rosario, que fue presentado como un ajuste de cuentas entre narcos y barrabravas.[7] La temprana movilización popular en repudio de lo ocurrido y en reclamo del esclarecimiento, sumado al hecho de su militancia, logró instalar en los medios la voz de compañeros y familiares, y puso en evidencia la pobreza de un ejercicio del periodismo que se limita a seguir moldes e imitar gestos, sujeto a la repetición de fórmulas, y no hacer preguntas que molesten. Por otra parte, no se trata solamente de “dar vuelta la información oficial”, sino de la necesidad de construir una agenda propia que se proponga disputar al

sentido común dominante o, al menos, que ayude a instalar nuevas preguntas que colaboren con el nacimiento de otra subjetividad. Porque si cambian las preguntas también cambian las respuestas, y esto también hace a las condiciones de producción del medio. Las fuentes son antes que nada los propios sectores movilizados, con los que comparten las luchas y cuyas exigencias se difunden en primer lugar. El análisis arranca con las causas, de manera de poder denunciar las consecuencias y las maneras de frenarlas atacando, justamente, las causas que las originan. Los géneros y formatos populares se encuentran en experimentación constante, por momentos pueden tender hacia la mimesis pero el debate colectivo devuelve la preocupación y surgen ideas nuevas. No hay una receta para hacer televisión popular que no sea el ensayo y el error. La televisión y los medios alternativos suponen un espacio donde otro periodismo se construye y se pone a prueba todo el tiempo. Un periodismo dependiente, que toma partido por una clase social y vuelve esa posición evidente como forma de contrainformar sobre la pretensión de objetividad de los medios hegemónicos, que naturalizan la mirada de la burguesía como única y universal. Y acá abrimos un extenso paréntesis para detenernos en la tensión prensa partidaria / prensa alternativa, en ocasiones mostrada como excluyente. Contra esa mirada, pensamos que la prensa partidaria no escapa a la lectura que se viene expresando en estas páginas, pero tiene matices que es interesante revisar. Si por un lado entendemos que está contenida por una definición de lo alternativo ligada a los proyectos de transformación, por el otro lado vemos que cumple una función distinta a la que cumple la prensa alternativa. Esta última amerita una amplitud mayor que la primera, más ocupada en la difusión de las claves de lectura de la organización y en el encuadramiento de la militancia. Esto es así en la medida que se trata (o deberíamos apuntar a esto) de diferentes herramientas dentro del diseño de una política comunicacional emancipadora: una difunde la línea de la organización, la otra está destinada a desarrollar consensos entre sectores más amplios de la población. No es objetivo de este trabajo (por eso el paréntesis) centrarse en la discusión sobre la prensa partidaria, que amerita un desarrollo mucho mayor del que podemos brindarle en este momento. Solamente nos interesa dejar asentada una lectura de la alternatividad como contenedora de la prensa partidaria y, a su vez, la caracterización de diferentes herramientas en el marco de una política de medios y comunicación mayor, todas ellas de nuclear importancia dentro de un proyecto de transformación radical de la sociedad que tenga en cuenta la cuestión del poder y del Estado. Para eso dejamos planteados algunos ejemplos que enseñan, desde nuestra perspectiva, el lugar de estos medios en un diseño comunicacional más abarcador: nos referimos al diario El Mundo, vinculado al PRT-ERP, y al diario Noticias, vinculado a la organización Montoneros en los 70. Ambos respondían estratégicamente a los lineamientos generales de las organizaciones que los impulsaron, pero tanto los destinatarios como los sujetos productores que efectivamente llevaban adelante la tarea periodística de dichos medios tenían un nivel de amplitud mayor (en cuanto a voces y apertura) que los que podían observarse en las prensas estrictamente partidarias como El Montonero, Evita Montonera, El Descamisado, El Combatiente y Estrella Roja. A esto agregamos la lectura de Lenin sobre los distintos niveles de acción y la combinación entre una prensa legal destinada a las más amplias masas populares y una prensa subterránea o clandestina (su propuesta es de 1913, en el marco de la lucha contra el zarismo); ésta última la única capaz de “informar plenamente” sobre la lucha revolucionaria, cosa que “no está al alcance de la prensa legal” dadas las condiciones represivas en las que ha de desarrollarse (Lenin, 1979). Fin del paréntesis.[8] En esta tarea de apertura de la televisión alternativa, entonces, en la necesidad de la llegada para cumplir

objetivos y en la amplitud de las voces que transitan su pantalla se evidencian los métodos de trabajo necesarios para ponerla en marcha (partimos de la base de la colaboración, la solidaridad y la cooperación entre las experiencias) y las relaciones establecidas entre las personas en el proceso de comunicación. En cuanto a lo primero es importante destacar el esfuerzo que se sobrepone a la división social del trabajo, que aprisiona a los que producen de un lado y a los que diseñan y conciben del otro, entre los que mandan y los que obedecen. Nuestros medios, al estar determinados por la colaboración, parten de un piso desde el cual cada uno de los roles debe ser aprehendido colectivamente. Se pasa de la dirección del programa musical a la conducción del noticiero, para luego hacer cámara en el espacio de deportes. Claro que existen capacidades, necesidades y gustos, además de diferentes niveles de responsabilidad, pero el método de circulación entre los roles y las coberturas periodísticas colectivas permiten abarcar todo el proceso como una totalidad, comprendiendo la importancia de cada una de las partes para que la televisión funcione. Este método colabora de manera positiva sobre la tensión siempre presente hacia el narcisismo y la experiencia individualista, y se enfrenta con la metodología burguesa de la que hablaba Raymundo Gleyzer en su autocritica a Los Traidores: "Hemos visto que el obrero de la fábrica, que está vinculado al proceso de la producción y se pasa ocho horas por día en un trabajo específico (digamos en una fábrica de autos, colocando puertas) tiene conciencia plena de que trabaja con un grupo, de que individualmente no puede realizar el producto, no podría finalizar el auto. No entremos a discutir ahora si el trabajo es alienante, lo que ocurre es que esa puerta no sirve para nada si otro no pone una rueda, etc., es decir que el proletariado surge del producto de su trabajo, de su metodología y de su práctica: sabe lo que es el trabajo de proletarización, lo que es el trabajo de grupo, de equipo y lo vive todos los días. (...) Nosotros cineastas podemos hacer el guión de un film, la foto, el montaje y hasta la proyección, aunque fuera para nosotros mismos: desarrollamos así una característica autosuficiente para el trabajo. No necesitamos de nadie, apenas de un camarógrafo. Podemos hacer solos todo. Es así como se gestan en nosotros el autoritarismo e individualismo más nocivos". Las palabras de Gleyzer nos muestran la presencia de los debates e iniciativas anteriores en nuestra práctica, y su enorme actualidad. Además se proyectan sobre las relaciones sociales establecidas entre las personas que llevan adelante las experiencias. Estas relaciones, al igual que otros elementos, marcan antagonismos importantes respecto de la televisión comercial y, también, de los pequeños emprendimientos microempresarios. Las relaciones de propiedad del tipo patrón / empleado quedan así desencajadas en este tipo de procesos, porque la alternatividad no se basa en la explotación del trabajo y la propiedad del medio es social y por lo tanto las decisiones sobre su vida y funcionamiento son colectivas. Más allá de los diferentes niveles de compromiso, la televisión alternativa supone el ejercicio aquí y ahora de lo que pensamos tiene que ser la construcción del poder popular, por eso es importante prestar atención a las enseñanzas del pasado (no pensar que la historia empieza de cero) y no reproducir aquello que buscamos combatir. Las razones para seguir aportando a estos procesos están dadas en relación directa con la necesidad de seguir avanzando en la construcción del poder popular. En este camino hemos cimentado una comprensión de la comunicación y la cultura como escenarios de la lucha de clases, retomando como tradición selectiva las intervenciones anteriores y profundizando el desarrollo de frentes de militancia en esas áreas. A 10 años de la rebelión popular del 19 y 20 de diciembre de 2001, una nueva camada de canales populares -todavía germinales, todavía experimentales- se propone aportar sus experiencias organizativas ganando espacio a la hegemonía, apostando por la construcción de una televisión

alternativa, masiva, dinámica y conflictiva. De esta forma, sin duda, las próximas luchas nos encontrarán mejor herramentados.

Bibliografía Albornoz, L. y Calvi, J. (2003), "Construcción política y comunicación alternativa en Italia. Entrevista a Franco 'Bifo' Berardi". Buenos Aires, Revista Zigurat, n.4, noviembre. Bonomi, Aldo (2006), "La contrainformación". En Balestrini, N. y Moroni, P., La horda de oro 1968-1977. La gran ola revolucionaria y creativa, política y existencial. Madrid, Traficantes de Sueños. Bourdieu, Pierre (1997), Sobre la televisión, Barcelona, Anagrama. Caviasca, Guillermo (2011), Poder, Poder Popular y hegemonía. Hipótesis para el debate. Buenos Aires, Cooperativa Gráfica El Río Suena. Gleyzer, raymundo (1985 [1970]), "Presentación y autocrítica en forma de diálogo con Tomás Gutiérrez Alea". En AAVV, Raymundo Gleyzer, Montevideo, Cinemateca Uruguaya. Lenin, Vladimir (1979 [1913]), "Comunicado y resoluciones de la reunión del verano de 1913 del CC del POSDR con los cuadros del partido". En Acerca de la prensa, URSS, Editorial Progreso. Mangone, Carlos (2005), "Qué hay de nuevo viejo, alternatividad y clases sociales". En Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura nro. 1, primavera. Mattelart, Armand (2011), Para un análisis de las prácticas de comunicación popular. Buenos Aires, Cooperativa Gráfica El Río Suena. Senecal, Michel (1986), Televisión y radios comunitarias. Teoría y práctica de una experimentación social, Barcelona, Editorial Mitre. **Notas** [1] Nos referimos al artículo de Fernando Krichmar, "Crear en estado de necesidad", que incluimos en este libro. [2] Diario La Nación, "Lanata: ¿A dónde voy a ir si no es al grupo Clarín?". Entrevista de Fernanda Iglesias. Buenos Aires, edición del 5 de enero de 2012. [3] Desarrollamos este punto en "Una historia de espectros. Apuntes sobre la televisión alternativa, comunitaria o de baja potencia en Argentina". En Vinelli, Arencibia y Fernández (2005), Notas sobre la televisión alternativa. Experiencias de Argentina, Cuba e Italia. Bs. As., Centro Cultural de la Cooperación, Cuaderno de trabajo nro. 63. [4] Mangone (2005: 197-199) habla de un "eterno retorno", pero extrapolado y cómodo, de los postulados anarquistas alrededor de las tensiones entre verticalidad / horizontalidad y base / dirección, entre otros. [5] Se trata del artículo de Oscar Lloreda, "Televisión comunitaria en Venezuela: una mirada en perspectiva", que se incluye en este libro. [6] Las frecuencias para los medios en manos de los pueblos originarios se otorgan, dentro de la baja potencia, a solicitud de la entidad interesada y de manera directa. Sin embargo retomamos el ejemplo retratado por Lanata en cuanto expone una conceptualización sobre la alternatividad y lo comunitario generalizable a la televisión y la radio alternativos. [7] Los jóvenes Jeremías Trasante, Claudio Suárez y Adrián Rodríguez fueron acribillados por error por una banda de sicarios (barrabravos y narcos con complicidad policial) en el barrio Moreno, Rosario sur, en la madrugada del año nuevo de 2012. Los tres eran militantes del Movimiento 26 de Junio - Frente Popular Darío Santillán. [8] A quien le interese el tema recomendamos la lectura orientadora de Mattelart, 2011: 59-85, "Sobre la construcción del socialismo". *Prensa Militante*

https://www.lahaine.org/est_espanol.php/por-una-television-alternativa-y-masiva