

MEDIOS / ORGANIZACIÓN SOCIAL

Seminario latinoamericano sobre medios de comunicación televisivos populares se realizó en la Fech

El Ciudadano · 29 de enero de 2011





Del 26 al 28 de enero en la sede de la **Fech** (Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile) se realizó el Primer Encuentro de Televisión Popular Augusto Carmona Acevedo, donde se discutió sobre el rol de los medios de comunicación populares televisivos en distintos países. El jueves 27 la mesa central estuvo a cargo del comentarista deportivo, pero a la vez colaborador del medio de comunicación popular ***Umbrales Televisión***, **Víctor Gómez**.

El debate del día 27 estuvo centrado en las formas y técnicas de romper el “cerco comunicacional” impuesto por los grandes medios de comunicación, que históricamente obedecen a los intereses del mercado (grupos económicos) y su sostén ideológico. La discusión se enfocó en el conflicto mapuche como ejemplo de imposición informativa.

En el momento de la huelga de hambre mapuche, fueron los grandes medios los que formaron el “cerco comunicacional” que, según Víctor Gómez, fue en cierta manera reproducido por los mismo medios de comunicación alternativos en **Chile**. Siendo

más preciso, lo que hacían los medios de comunicación pequeños era repetir los mismos comunicados de prensa que los grandes medios (obviamente con una interpretación diferente), sin tener la capacidad de producir información que escapara a las manos de las grandes empresas comunicacionales.

Aunque es un error generalizar, los medios con la capacidad de obtener información diferente nunca tuvieron la potencia necesaria para derribar el cerco comunicacional de los grandes medios. Dentro de la opinión pública el “modelo de realidad” que quedaba era el modelo conveniente para las grandes empresas periodísticas.

Otros de los ejemplos sacados a la mesa es lo acontecido con **Barrick Gold**, empresa que intenta imponer una “forma de realidad” que supuestamente responde a los “intereses globales” en la mina **Pascua-Lama**. Estos intereses son la necesidad productiva de un país. La empresa multinacional Barrick tiene una fuerte presencia como patrocinador en los canales regionales de la **Tercera Región**.

Sin embargo, esta “realidad global” pasa por arriba a la “realidad local” de la región de **Atacama**. Las comunidades rurales cercanas al proyecto sufrirán un trastorno ecológico con consecuencias severas a largo plazo. En el foro, el debate “contenido local versus contenido global” demuestra los cercos comunicacionales impuestos por los grandes medios. Los grandes medios tienden a imponer una visión global sobre la local.

LAS ARMAS DEL MAÑANA SE ENCUENTRAN EN LA TECNOLOGÍA

A la hora de analizar las posibilidades que tiene la televisión popular, en miras a crear nuevos espacios informativos, la opinión generalizada del foro era que el avance tecnológico y abaratamiento de los precios está dando nuevas herramientas para la democratización de las comunicaciones.

Entre las herramientas recomendadas encontramos: la digitalización de la producción, la utilización de modelos FTP y el aprovechamiento de sitios como

Youtube. Estas acciones deben ir con el objetivo de ganarse los espacios locales antes que los globales.

Desde **Argentina**, **Martín Muñoz**, miembro del área de comunicaciones del **Frente Popular Darío Santillán**, señaló que “tanto la práctica como la visión política” no deben ser separadas. Además a corto plazo el **Internet** es una de las mejores armas para romper los cercos comunicacionales.

Franklin Falconí, editor general del periódico **Opción** de **Ecuador**, cree en la importancia de “asumir conciencia de las trasformaciones sociales y revolucionarias”. En este proceso de “asumir conciencia” las nuevas tecnologías pueden ser herramientas decisivas para el crecimiento de los medios populares.

Guillermo Orrego Pacheco de **Perú**, representando al colectivo de prensa popular **Wauqi**, nos cuenta que en su país no se sienten cómodos con la palabra “alternativo” y que prefieren la denominación “popular” para los medios de comunicación pequeños. Además cree que un factor decisivo para los medios populares es su capacidad de organización.

Finalmente **Pablo Villagrán**, director de **Umbrales TV** de Chile, rescata que la realidad chilena no es tan diferente a otros países latinoamericanos, “sufrimos carencias similares y la necesidad coordinar redes”. Un elemento clave para Villagrán es el intercambio de experiencias y tecnologías entre los distintos medios populares.

Por **Gustavo Peralta Vargas**

El Ciudadano



Fuente: [El Ciudadano](#)