

## LATELEVISIÓN COMUNITARIA EN CUBA THE COMMUNITY TELEVISION IN CUBA

Autor: Miguel Angel Hernández García

Dirección electrónica: miguelhermit@gmail.com

Lic. Estudios Socioculturales

Editor de TV, Camarógrafo en

Telemayabeque

San José de las Lajas, Mayabeque, Cuba

### Resumen

La televisión ocupa un lugar estratégico en la cultura cotidiana de las mayorías, en la transformación de las sensibilidades, en los modos de percibir el espacio y el tiempo, y de construir imaginarios e identidades. Ante la promesa de participación de la televisión comercial, la comunitaria se presenta como alternativa para mostrar otras posibilidades creativas, otros sujetos con sus historias e implica una construcción colectiva que replantea el modelo tradicional de la comunicación.

### Abstract

The television occupies a strategic place in the daily culture of the majorities, in the transformation of the sensibilities, in the ways of perceiving the space and the time, and of building imaginary and identities. Before the promise of participation of commercial television, the community one is presented as alternative to show other creative possibilities, other subject with their histories and it implies a collective construction that restates the traditional pattern of the communication.

**Keywords:** the community television

### Introducción

La televisión estatal poseyó el monopolio del espacio electromagnético para la transmisión de imágenes con la producción de programas educativos y culturales que resaltaban los valores nacionales. El monopolio llegó a su fin en la década de los 80 con la crisis del modelo y la entrada de la iniciativa privada interesada en incursionar en el negocio de los medios de comunicación. La crisis del modelo tuvo un origen conceptual y económico. Conceptual, porque las imágenes que se transmitían reflejaban los intereses y costumbres de las capitales y las grandes ciudades, marginando la cultura de la periferia, de las pequeñas poblaciones y de sus gentes.

Para Cuba el progreso de desarrollo comunitario de toda la sociedad está estrechamente ligado al triunfo revolucionario 1959, iniciador de un proceso transformador de la sociedad cubana, que en sus principios incluyó un cambio sociocultural de la sociedad burguesa elitista, por una nueva propuesta del desarrollo armónico y solidario de toda la sociedad sin exclusiones, cuyas premisas se fundamentaron en el precepto

martiano de ser culto para ser libre, razón por la cual la alfabetización de toda la sociedad constituyó el primer paso transformador hacia ese objetivo (PCC, 1975).

## **Desarrollo**

Cuba extendió por sus provincias el programa de desarrollo de la televisión local, cuyo mayor impacto social fue, sin dudas, el aumento de la cultura general integral del pueblo en cualquier lugar por distante o intrincado que fuera. La propuesta del Instituto Cubano de Radio y Televisión en la isla de más de 70 corresponsalías de televisión ubicadas en igual número de municipios, respondió a objetivos estratégicos de la nación, y a la necesidad de generar cultura, ampliar el espectro del conocimiento, transformar y educar desde la estructura local. En el año 2007 surgieron estos centros de comunicación televisiva con el ánimo de mantener informado al pueblo, tanto en tiempo de paz, como de guerra, o incluso, ante fenómenos naturales adversos, tales como sismos, y ciclones.

Pero a la altura de más de 15 años, las corresponsalías y telecentros exigen un cambio. Véase su incorporación al audiovisual como la aplicación de un proyecto que prescinda la improvisación, el mal gusto, el empirismo, y la imitación burda de patrones estandarizados. Estos medios deben ser vehículos bien pensados para la superación comunitaria. Un nuevo desafío frente a la defensa de la cultura nacional. Al cabo de este tiempo no se trata sólo de mantener informado a su público, sino también intentar ser la nueva oportunidad para una comunidad que precisa sentirse y verse reflejada en la pantalla; ser el espacio para que los pobladores se conviertan en los actores de la noticia, los protagonistas de los trabajos.

Ninguna estación televisora debe ser impuesta sobre la comunidad, sino que debe ser el resultado de una necesidad sentida, más aún, la comunidad debe ser partícipe en todo el proceso de gestación, instalación y gestión de la televisión comunitaria. Uno de los aspectos que distingue a la televisión comunitaria de la televisión comercial, es esa capacidad de integrar a la comunidad, de convertirse en portavoz de las expresiones auténticas de los habitantes de los pueblos, en busca de cambios sociales y el mejoramiento de las condiciones de vida. Sin esta condición, no puede hablarse de televisión comunitaria.

Los Lineamientos aprobados desde 2011, además de expresar la necesidad de impulsar el desarrollo de los territorios, de modo que se fortalezcan los municipios como instancia fundamental, sobre la base de la autonomía y sustentabilidad de los mismos (Lineamiento 17); plantean la importancia de

“Aunar los esfuerzos de las instituciones educativas, culturales, organizaciones políticas, de masas, las formas asociativas sin ánimo de lucro y de los medios de comunicación masiva, en todas sus expresiones y de aquellos factores que influyen en la comunidad y en la familia”. (PCC, 2011)

Estas demandas imponen hacer una televisión participativa, donde las premisas sean el diálogo, el acceso y la participación. Por lo tanto, sigue siendo un reto para los realizadores del medio lograr la identificación real de los mensajes que transmiten con los pobladores de dichas comunidades.

En el presente se cuentan en el país: 10 canales municipales resultado de la extensión de los telecentros provinciales, 15 canales municipales con transmisiones locales y 28 corresponsalías de televisión con transmisiones locales, para una presencia directa en aproximadamente el 47% de los municipios cubanos. En

Mayabeque contamos con 3 canales TeleMar, tv Güines y Telemayabeque. Este último como el telecentro provincial ya que se encuentra enclavado en la capital de la provincia.

En la parrilla de programación de Telemayabeque existen programas que de manera independiente y no intencionada abordan o tributan a la temática del desarrollo comunitario, pero en ninguno de ellos se asume el vínculo potencial que puede y debe existir entre los centros científicos agropecuarios - productores y la televisión en función de esta visión. Al decir de Millet, 2013.

“Los medios de comunicación del municipio San José de las Lajas no se apartan de esta realidad, y tratan la temática agraria con un enfoque mayormente dirigido a la transferencia de tecnología y al rendimiento productivo. Esto es consecuencia de su visión del productor desde lo meramente económico, sin considerar otros elementos que componen la cultura agraria, la integración entre los actores que deberían estar involucrados y el empleo de un modelo comunicativo dialógico.”

Si se tiene en cuenta que la comunidad científica es un componente esencial en el desarrollo agropecuario, comunitario y social, es importante defender la idea de que la televisión, en específico, constituye una vía para un mayor y mejor grado de participación de estas a partir del incalculable alcance e influencia social de dicho medio. La televisión “(...) en las sociedades contemporáneas desempeña un papel decisivo al influir en la forma de actuar o pensar de las personas, logra modificar la manera en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea. Por su carácter instructivo y educativo constituye un instrumento que facilita el diálogo entre los miembros de la sociedad”. (Márquez, 2012, p.122)

Por eso, la creación de Instituciones Científicas y Universidades en Cuba desde el propio inicio del proceso transformador, formaron parte insoslayable de esos objetivos hacia el fomento de una cultura integral, con énfasis en la formación de valores humanos, de todas las ramas del saber. En este contexto la Agricultura ha ocupado un lugar honorable teniendo en cuenta que Cuba ha basado históricamente su economía en los productos de origen agrícola; por ello, el desarrollo de Universidades Agrarias alcanzó una elevada prioridad y en su bregar a través del tiempo, se han fortalecido incorporándole Centros Científicos especializados en determinadas ramas del saber, dentro de las Ciencias Agrarias.

Un ejemplo de ello es la Universidad Agraria de La Habana (UNAH) creada en 1976, cuya misión, principal es la formación de capital humano de alto nivel académico, para lo cual, se nutre permanentemente de los resultados científicos que se obtienen en sus principales Centros Científicos, a saber: El Centro Nacional de Sanidad Agropecuaria (CENSA), el Instituto de Ciencia Animal (ICA) y el Instituto Nacional de Ciencias Agrícolas (INCA). Estos centros, tienen como misión desarrollar y transferir a la práctica productiva, conocimientos integradores, tecnologías actualizadas, rentables, sostenibles, garantizar la sanidad y además, contribuir en la formación profesional de alumnos y elevación del nivel académico de sus profesores e investigadores.

En la provincia de Mayabeque a pesar de contar con un telecentro Provincial y dos municipales, en la parrilla (programación) de estos solo encontramos un programa científico técnico (USB 3.0). Donde se ven reflejado los avances científicos de la provincia, pero no toca la participación la comunidad científica y mucho menos la

vinculación de a quienes van dirigidos estos resultados. Las televisoras locales además de constituir espacios para la transmisión de información deben erigirse en escenarios de socialización y reflexión para todos los habitantes de la comunidad. Al decir de (Machado, 2010) “la televisión comunitaria implementa altos niveles de participación de los receptores en su proceso productivo. Para ella, más importante resultan las prácticas comunicativas y la auto superación comunitaria que ocurren mientras se gesta la programación televisiva que la producción misma”.

De manera que la televisión puede establecerse sobre la base de una amplia participación en la que se fortalezca el vínculo de los centros científicos agropecuarios y los productores agropecuarios. Manteniendo las necesidades de a quienes van dirigido estos resultados, así como las innovaciones realizadas por ambas partes.

Se establece entonces como contradicción fundamental la necesidad de que Telemayabeque, desde su programación profundice en función de las transformaciones sociales que a nivel micro y macro social se producen desde la Universidad Agraria de La Habana, en la provincia y las necesidades de esa comunidad de productores. Tomando como base la contradicción planteada y los resultados de estudios de audiencia se concibe como:

**Problema de Investigación:** ¿Cómo potenciar el vínculo de la Universidad Agraria de la Habana con las Cooperativa de Créditos y Servicios Agropecuarias de San José de las Lajas, a través de un programa televisivo?

**Objeto de investigación:** el vínculo de la Universidad Agraria de la Habana con las Cooperativa de Créditos y Servicios Agropecuarias

**Campo de acción:** el desarrollo comunitario a través de un programa televisivo que contribuya a potenciar el vínculo de la Universidad Agraria de la Habana con las Cooperativa de Créditos y Servicios Agropecuarias

**Objetivo General:** Diseñar programa televisivo que contribuya a potenciar el vínculo de la Universidad Agraria de La Habana con las Cooperativas de Créditos y Servicios Agropecuarias de San José de las Lajas.

#### **Objetivos Específicos**

1. Valorar los criterios teóricos metodológicos relacionados con la televisión comunitaria.
2. Analizar el estado actual del vínculo entre la Universidad Agraria de la Habana con las Cooperativas de Créditos y Servicios Agropecuarias.
3. Determinar los componentes que sustentan el diseño de un programa televisivo para que contribuya a potenciar el vínculo entre la Universidad Agraria de la Habana con las Cooperativas de Créditos y Servicios Agropecuarias

El enfoque de investigación adoptado por el autor, es el dialéctico materialista, permitiendo y proporcionando el conocimiento científico para analizar el objeto de estudio y las relaciones que se establecen en el marco de investigación y posteriormente contribuir a la transformación práctica de la realidad. Para la recolección de datos se utilizarán métodos de obtención de información del nivel teórico y del nivel empírico. Por la implicación del autor, se prevé la utilización de la IAP (Investigación - Acción - Participación).

## 1.1 Televisión y comunicación

La verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia y a través de medios artificiales). Es a través de un proceso de intercambio que los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual, aislada, a la existencia social comunitaria. (Kaplún, 2002, s/p)

Como relación humana que consiste en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de reciprocidad, la comunicación está muy ligada al desarrollo, proceso que amplía las oportunidades del ser humano. —En principio, estas oportunidades pueden ser infinitas y cambiar con el tiempo. Sin embargo, a todos los niveles del desarrollo, las tres más esenciales son disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente.

Portal (2009) y Núñez (1993) coinciden al plantear que la comunicación para el desarrollo es un “elemento constitutivo e imprescindible para las transformaciones culturales a las que aspira el desarrollo humano y que suponen la formación de un sujeto activo social y políticamente” (Portal et al., 2009, p.24).

En la actualidad encontramos una contradicción que divide a la comunicación en dos tendencias diferentes, una históricamente utilizada que la define como un proceso vertical y unidireccional, y otra que la ve como proceso horizontal, biomultidireccional, que es por esencia participativo.

La ampliación y complejización de las relaciones sociales, incluso la propia evolución del ser humano nos sitúa ahora ante destinatarios más inteligentes, exigentes, ansiosos de sumergirse en el proceso de comunicación, de ahí que en los últimos tiempos la comunicación se ha enfocado más a las relaciones humanas, a las prácticas sociales, a la interrelación.

Los medios masivos de información han radicalizado nuestras vidas, su influencia es definitiva en la conformación de las escalas de valores en las estructuras normativas. En el mundo moderno no se puede hablar de información, ni de opinión, ni de conformación de valores sin partir de la influencia positiva o negativa de los medios de comunicación (es el gran mediador por excelencia). (Habermas, 1992, s/p).

Cuando la comunicación se plantea en este sentido se enfatiza en los procesos de producción, intercambio y negociación de significados en el seno de las comunidades y de grupos sociales. Desde esta perspectiva se entiende como una relación de equidad, diálogo y participación que permite a sus protagonistas la posibilidad de intercambiar los roles emisor-receptor.

Es mediante la comunidad que los individuos logran problematizar su realidad, de ahí que, si las corresponsalías comunitarias logran planificar su trabajo a través de prácticas comunicativas que expongan los intereses de los pobladores del lugar, ubicándolos como partícipes primeros del proceso comunicativo, entonces estarían planteando una comunicación orientada a generar participación.

El autor boliviano Luis Ramiro Beltrán redefine a la comunicación como “el proceso de interacción social democrática basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación” (Kaplún, 2002, p. 58).

En la sociedad contemporánea el conocimiento y la información han entrado a jugar un papel primordial en los procesos de desarrollo humano y democratización social. La televisión es un medio de comunicación que desempeña un papel decisivo al influir en la forma de actuar o pensar, logra modificar la manera en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea. Por su carácter instructivo y educativo constituye un instrumento que facilita el diálogo entre los miembros de la sociedad, al superar las barreras históricas de la alfabetización y la movilidad como fuente primaria común de socialización y de información.

Según establece Rincón (2001) “la televisión es un dispositivo narrativo audiovisual y una institución industrial, social, y cultural que se ha convertido en el eje de la comunicación contemporánea y la forma privilegiada que toma el espíritu del tiempo” (p.61).

En el siglo XXI, Orozco (2001) la considera el fenómeno técnico-mediático- cultural de mayor impacto para las mayorías que habitan los países latinoamericanos; pues desafía la vida individual, comunitaria, social, hogareña, profesional, privada y pública, a la vez que invade los soportes y anclajes del intercambio comunicacional, cultural, educativo y político.

Esta es una de las razones que explica por qué la comunicación comunitaria televisiva desempeña un papel fundamental desde el momento que contempla en sus prácticas como protagonistas los pobladores locales. Una práctica profesional en la comunidad se plantea la comunicación como fuente propiciadora de creatividad, de educación, de soluciones a los problemas propios de su entorno, de intercambio continuo de experiencias, de participación.

Mario Kaplún entre las dimensiones básicas que enuncia para una comunicación social eficaz apunta: “...ha de ser una auténtica comunicación; es decir, tener como metas el diálogo y la participación” (Kaplún, 2002:61). Es por eso que la comunicación comunitaria debe ser bidireccional, porque “existe y se da comunicación siempre que el mensaje se transmita de una manera dialógica, siempre que se fomente una reflexión crítica en el sujeto receptor (...)” (Sarramona citado por Kaplún, 2002, p. 226).

La televisión ha devenido en uno de los fenómenos más complejos, espectaculares y desafiantes de todos los tiempos. Instaurada no sólo como el súper medio con mayor popularidad y penetración, su presencia versátil, incisiva, seductora, creciente y amplificada constituye, a la vez que uno de los más sofisticados dispositivos de moldeamiento y reconversión de las sensibilidades y un “paradigma comunicacional”, todo un sistema audiovisual, educativo y cultural, que incide diferencialmente, en los usos del tiempo y los espacios de millones de latinoamericanos (Orozco, 1991, p. 11)

Este medio se ha convertido en agente socializador, escenario de construcción de la hegemonía y de lucha por el poder de la representación. Desde las particularidades de su consumo, marca una nueva socialidad al irrumpir en las cotidianidades personales, familiares y sociales; asimismo ocupa un lugar decisivo en la

reproducción o subversión de las lógicas de poder, y está ligado a la renovación permanente de las bases comunes de la cultura nacional.

La “comunicación comunitaria”, según Perruzo (2006), explica que el fenómeno de la comunicación popular fue asumiendo otros contornos como el de aplicarse para la comunicación comunitaria (que abarca tanto la comunicación en el ámbito de los movimientos sociales como los fenómenos comunicacionales más plurales a nivel de comunidades, barrios y otros espacios) y de explicar su entrelazamiento con la cuestión de la ciudadanía.

El movimiento para una comunicación frente a los desafíos del nuevo milenio, plantea la necesidad de ubicar a los hombres y mujeres en el centro de los procesos socioeconómicos y políticos que viven, sin dejar de lado los enfoques culturales, no sólo para entender la realidad y reflejarla, sino para transformarla y para ello es imprescindible contar con adecuados procesos de comunicación vistos desde el enfoque y práctica de equidad y participación. Así como la comunicación popular tiene relación genética con el pueblo, la comunicación comunitaria la tiene con la comunidad.

Los medios de comunicación locales nacieron con la vocación de convertirse en canales de expresión de la sociedad civil, reconocer los derechos ciudadanos, el pluralismo y la diversidad social, así como potenciar el diálogo entre los diversos actores sociales. Son los medios comunitarios los que permiten que la pluralidad de nuestras sociedades siga existiendo; y los que se alzan con la inmensa tarea de contener el lastre de las culturas locales, debido a la homogenización y la pérdida de identidad de los sujetos que provocan los monopolios de comunicación con su industria cultural.

La comunicación comunitaria sería el proceso de interacción social, en un micro, meso, macro nivel, que permita el intercambio de conocimientos, experiencias, sentimientos y valores, en condiciones igualitarias de acceso a los Medios de Comunicación Masiva (Everesley et al., 2006, p.12).

En el ámbito comunitario, la televisión debe convertirse en una experiencia cultural en sí misma, tomando como punto de partida las sensibilidades y sentidos, sin imponerle las franjas, las temáticas y los contenidos. Para responder a la necesidad de diálogo de los públicos y al interés de articular mecanismos de desarrollo es necesario el reconocimiento de la diversidad de todos los sujetos sociales, solo posible si se hace desde ellos mismos y a través de la innovación de múltiples caminos para hacer televisión.

Tal concepto explica la comunicación comunitaria como la vía para contribuir a la solución de necesidades sociales de las personas, el campo comunitario constituye el territorio más estrechamente vinculado a lo cotidiano. También es el territorio donde tal vez con mayor nitidez se visualicen las contradicciones sociales, por lo que actualmente se le atribuye importancia a una correcta utilización de los medios en la comunidad, y en Cuba la oportunidad está dada para hacerlo mediante las corresponsalías de televisión.

Afortunadamente, en el contexto cubano actual, muchas de las cuestiones concernientes al ecosistema comunicativo y cultural nacional están siendo puestas sobre la mesa, debatidas, conceptualizadas en políticas públicas, implementadas en programas de país e incluso refrendadas en los documentos programáticos que rigen el modelo económico y social cubano.

En el documento de Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano, aprobado por el Comité Central del Partido Comunista de Cuba (PCC) en mayo de 2017, se reconocen la comunicación y la información como derechos ciudadanos y como bienes públicos, se enfatiza en el derecho ciudadano de acceso oportuno a la información pública, se concibe la comunicación social como dimensión transversal del desarrollo y como un recurso estratégico de dirección del Estado y el Gobierno.

En el X Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) (julio, 2018) fue anunciada la aprobación de la Política de Comunicación del Estado y el Gobierno. De acuerdo con lo expresado por el Presidente de los Consejos de Estado y de Ministros de Cuba, Miguel Díaz-Canel Bermúdez, en discurso pronunciado en la clausura de dicho congreso, se trata de una Política de Comunicación que:

Define, por fin, como un derecho ciudadano y como bien público, el acceso a la información, la comunicación y el conocimiento; que otorga la mayor autoridad a los directivos de la prensa; que transversaliza a la sociedad y establece obligaciones en ese sentido para instituciones, organismos, autoridades; que defiende los valores y símbolos de la nación y ordena el respeto a la diversidad que somos. Que declara a la comunicación como recurso estratégico de la dirección del Estado y el Gobierno y define el carácter público de los servicios de radiodifusión y comunicación y reconoce solo dos tipos de propiedad para los medios de comunicación masiva: la estatal y la social (Díaz-Canel, 2018).

La televisión comunitaria tiene en cuenta los principios del desarrollo humano y los lleva a la práctica mediante la potenciación de las acciones locales y el estímulo de las capacidades de la comunidad para liderar y realizar cambios estructurales en beneficio común.

## **1.2 Medios comunitarios. La Televisión comunitaria**

La televisión comunitaria durante mucho tiempo, no se ha definido correctamente es llamada popular, alternativa, independiente, conceptos que obedecen a diferentes aspectos.

La definición sitúa a la televisión comunitaria, como el ejercicio comunicativo que de cierta manera busca generar información y crear espacios destinados a grupos con poco alcance de difusión y, que en cierta manera no pueden acceder a medios de comunicación como tal.

La televisión comunitaria como un enfoque de la comunicación social que busca fortalecer la dimensión comunitaria de la vida social, es decir, ese lugar de la vida social en el cual la identidad se define por la pertenencia a un nosotros, que quiere decir un “nos-otros”, es decir un sujeto que incluye a otros para poder ser plenamente.

Lo comunitario por lo general obedece a una retrospcción de nuestra identidad como seres conscientes y pensantes, obedientes a determinados modelos, sentidos, culturas, y es desde ahí donde debe partir el sentido comunicativo hacia los demás.

En un sentido amplio, el término comunidad aborda unidades sociales con características que le dan cierta organización dentro de un área determinada. Puede abarcar todos los aspectos de la vida social, un grupo local lo bastante amplio como para contener todas las principales interacciones, todos los status e intereses que componen la sociedad o un grupo cuyos integrantes ocupan un territorio dentro del cual se puede llevar a

cabo la totalidad del ciclo de vida. Literalmente, el término comunidad significa cooperación, comunicación, congregación, asociación, relación.

El espacio tecnológico muestra el acercamiento virtual entre una realidad construida y una verdad inquebrantable de la sociedad. ¿Verdaderamente lo aplicado en estos sectores, ha sido lo que se necesita para tener y mantener canales de comunicación efectivos?

Cuanto se ha estudiado acerca del lugar, de los sujetos, de su cultura y de sus formas, para pensar en llegar e implementar nuevos modelos comunicativos y tecnológicos, ¿No es acaso un proceso sin exploración?

El hablar de televisión comunitaria, popular, alternativa, participativa, etcétera, representa también involucrarse con quienes hacer posible este involucramiento, han hecho posible estas prácticas, no solo se trata de una ejecución que a simple vista parece normal, simple y sin mucha ciencia, pues resulta además de complejo, muy nutritivo para comprender el camino correcto en cuanto a modelos de transmisión.

Una de las principales características de una comunidad humana es el intercambio de iniciativas, de información y significados en el proceso de “definir, crear y mantener una identidad y unos intereses de grupo para sobrevivir en un espacio geográfico y/o cultural especificable”, o sea una comunidad es creada y recreada por un sistema de comunicación comunitaria, entre los que se incluyen los medios comunitarios “como herramientas para el desempeño de roles y la utilización de recursos, y para responder a las necesidades de comunicación de los individuos e instituciones dentro de la comunidad” (Gumucio, A. 2003).

En medio de la fuerte penetración de las grandes transnacionales de la información, en los escenarios nacionales de los países del mal llamado “Tercer Mundo”, “países pobres”, “dependientes”, y de la exclusión de sectores populares, el no reflejo de las problemáticas locales, la manipulación constante, la invasión cultural y aniquilación creciente de las identidades nacionales, entre otros muchos elementos, surgen los Medios Alternativos de Comunicación, impulsados por una corriente de pensamiento liberadora que se extendió por América Latina en la segunda mitad del pasado siglo.

Se trata de unos medios en los cuales participan los habitantes como planificadores, productores e intérpretes. Son el instrumento de expresión de la comunidad más que para la comunidad. La comunicación comunitaria designa un intercambio de puntos de vista y de noticias, y no una transmisión de una fuente otra.

Respecto de los medios comunitarios, Márquez (2012) los describe como medios independientes basados en la sociedad civil que operan para el beneficio social y no por lucro. Se vinculan con movimientos sociales y organizaciones comunitarias que buscan expresar sus temáticas, culturas y lenguajes. Son una alternativa a los medios a las emisoras nacionales públicas bajo el control del Estado y a los medios privados comerciales. Entregan a las comunidades información y voz, facilitando el debate comunitario, el intercambio de información y la incidencia en las políticas públicas (UNESCO, 2021).

La emergencia de medios comunitarios puede ser vista como un indicador de cambios políticos relacionados con el fortalecimiento de la sociedad civil y la profundización de la democracia, y descansa en el supuesto de que el desarrollo puede alcanzarse entregando voz y empoderando a los grupos pobres o marginados y a grupos de la sociedad civil organizados en torno a intereses.

Diversos investigadores coinciden en que la televisión comunitaria –con su oferta de contenidos- facilita el intercambio entre los emisores y receptores, en tanto se trata de un espacio participativo, en el que se producen contenidos locales y comprometidos con el desarrollo social, la educación y la cultura indica que la televisión comunitaria se constituye muchas veces en una puerta de acceso a la participación que no se tenía antes en las comunidades.

Siguiendo lo anterior, los canales comunitarios facilitarían que las comunidades puedan generar y apropiarse de símbolos y significados, además de fortalecer sus identidades locales (Márquez, 2012). En este sentido, reforzarían los lazos sociales, serían un espacio simbólico de transformación social y un lugar de empoderamiento para las comunidades marginadas.

Esas modalidades de utilización de los medios de comunicación en dos sentidos han recibido el nombre de comunicación comunitaria o medios de comunicación comunitarios. Ya antes se habían empleado términos similares para designar grupos, por ejemplo, los étnicos o los minoritarios o los que tienen necesidad o intereses especiales.

Para Alfonso Gumucio-Dagron (2003), un estudioso del tema, todo medio de comunicación que pretenda definirse como “comunitario”, (incluidas también la televisión, al igual que la radio), debe tomar en cuenta algunas condiciones insoslayables, condiciones indispensables para su integración real en el marco comunitario: la participación comunitaria, los contenidos locales, tecnología apropiada, pertinencia cultural y lengua, y convergencia.

En términos generales, la televisión comunitaria puede ser definida como aquel espacio televisivo en el que participa la comunidad como protagonista activo, siendo partícipe de la creación, realización, promoción, crítica y censura de ese espacio y sus productos, y con el interés último del desarrollo colectivo. Desde esta perspectiva, la televisión comunitaria permitiría el intercambio real en un proceso comunicativo, donde la figura de las y los interlocutores reemplaza los polos tradicionales de emisor y receptor. Asimismo, y producto de la mayor vinculación de la comunidad en la gestión y creación, sus contenidos se caracterizarían por un énfasis en los temas sociales, educativos y culturales con pertinencia a la comunidad (Márquez, 2012).

Ninguna estación televisora debe ser impuesta sobre la comunidad, sino que debe ser el resultado de una necesidad sentida, fruto del acuerdo en la asamblea y con el respaldo de las autoridades. Más aún, la comunidad debe ser partícipe en todo el proceso de gestación, instalación y gestión de la televisión comunitaria. Uno de los aspectos que distingue a la televisión comunitaria de la televisión comercial, es esa capacidad de integrar a la comunidad, de convertirse en portavoz de las expresiones auténticas de los habitantes de los pueblos, en busca de cambios sociales y el mejoramiento de las condiciones de vida. Sin esta condición, no puede hablarse de televisión comunitaria.

Históricamente, los medios comunitarios constituyen una alternativa a los medios públicos y comerciales y promueven la participación ciudadana en la vida pública. Su impacto se refleja en el empoderamiento de personas, la capacidad de coordinación para enfrentar desgracias comunes, el fortalecimiento del sentido de pertenencia, entre otros ámbitos.

Sus orígenes en América coinciden con la creación de radios para las comunidades mineras en Bolivia, de radios educacionales de la iglesia católica en Colombia, y la radio no comercial en Estados Unidos en la década de 1940. Su uso se ha extendido entre pueblos originarios, grupos de género, sindicatos y movimientos sociales. Por otra parte, en Europa los medios comunitarios son más recientes, desarrollándose desde la década de 1960 impulsados por asociaciones de estudiantes y por estaciones carentes de licencia; esto sin perjuicio de la larga tradición de prensa escrita comunitaria, cuya historia precede a la radio.

En Australia los medios comunitarios se remontan a finales de los '70 y en África y Asia recién desde 1990. Por otra parte, desde el ingreso al nuevo milenio, la emergencia y creciente penetración de internet como plataforma medial ha creado nuevas oportunidades para la distribución de contenidos audiovisuales comunitarios fuera del espectro radioeléctrico (UNESCO, 2021).

La televisión comunitaria adquiere relevancia en un contexto contemporáneo de rápida expansión de los medios privados, lo que no se ve acompañado de una mayor diversificación de contenidos, y el progresivo desmantelamiento de los medios estatales, y es visto como un mecanismo de promoción de la participación ciudadana en la sociedad contemporánea (Gumucio, A. 2001).

Existen diversas dimensiones relevantes para el desarrollo de los medios comunitarios. De acuerdo a UNESCO un primer ámbito tiene relación con el ambiente regulatorio y de políticas de comunicaciones que permiten el desarrollo de medios vinculados a las comunidades. En este sentido, se hace necesaria la promoción y defensa del derecho de las comunidades a operar sus propios medios de comunicación.

Para ello, el marco regulatorio constituye uno de los principales desafíos en el reconocimiento de los medios comunitarios, especialmente en términos de implementación de garantías democráticas y respeto al derecho humano de la libertad de expresión. En dicho contexto, el desarrollo de los medios comunitarios requiere de procesos de profundización de la democracia y de adopción de un interés público en el desarrollo de medios libres y pluralistas (UNESCO, 2021).

La regulación de apoyo y promoción de los medios comunitarios debiera incorporar tres elementos fundamentales:

- Su reconocimiento institucional como un agente específico en el sistema de medios.
- El acceso sencillo y transparente tanto para la comunidad productora, así como para la receptora.
- El apoyo económico para su funcionamiento en términos de exenciones de tarifas para las concesiones y de subsidios directos para la adquisición de tecnología y el funcionamiento del medio.

Además del ambiente regulatorio y de políticas públicas, UNESCO destaca la importancia de la existencia de grupos y asociaciones de la sociedad civil que promuevan y se involucren en el desarrollo de medios comunitarios, instalando en la discusión pública la reflexión sobre la necesidad de la elaboración de políticas y la distribución de recursos para estos medios. Finalmente, se requiere el apoyo activo de representantes, funcionarios públicos, reguladores y otros que implementan las políticas, las leyes y las regulaciones (UNESCO, 2021).

Las políticas de comunicación dirigidas a los medios comunitarios deben asegurar las condiciones de sustentabilidad y adaptabilidad de los mismos; y promover el desarrollo de herramientas relativas al estudio y promoción del impacto social en términos de transformaciones sociales, mejoramiento de la calidad de vida, cohesión social, protección, gobernanza, participación y desarrollo (UNESCO, 2021).

En el contexto latinoamericano, Kaplún (1985) desarrolló el concepto de Comunicación Popular caracterizándola como un proceso educativo, liberador y transformador, bajo una mirada crítica de la realidad, que facilita información y herramientas de cambio cultural o social. Este tipo de comunicación la vincula con la organización popular, en tanto se sustenta en el diálogo interpersonal y la participación.

En un mismo sentido, Gumucio (2003) plantea que la comunicación comunitaria existe gracias a la autogestión social. Desde su punto de vista, no sería tan relevante el origen del canal comunitario, como la apropiación social que exista de éste, garantizando su autonomía política y comunicacional.

Según este autor, los recursos económicos, sociales e institucionales con los que cuenten los canales comunitarios son importantes para su sostenibilidad. Por recursos sociales, se refiere a la participación de los actores comunitarios y a su apropiación del proceso comunicacional. Mientras que los recursos institucionales aluden a la existencia de un marco legal que facilite operar los canales comunitarios y que éstos cuenten con mecanismos democráticos de funcionamiento (Gumucio, 2003).

Otro aspecto que releva este autor es la tecnología, manifestando que es necesario que los canales comunitarios cuenten con tecnología suficiente, que funcione de manera adecuada y que sea manejable por los miembros del colectivo. Además, plantea que la televisión comunitaria debiese funcionar de manera participativa, constituyéndose así “en un espacio en el que la comunidad se apropie del medio de comunicación. Lo último cobra mayor relevancia, si se considera que los medios masivos no necesariamente responden a las necesidades comunicativas de la comunidad (Gumucio, 2003).

Junto con lo anterior, el autor expresa que la televisión comunitaria tendría que propender a aportar al desarrollo y la superación de la pobreza, cumpliendo un rol educativo y formativo, así como también a abordar temas comunitarios, rescatando el arte, las tradiciones y festividades locales.

En este sentido, considera que es importante que la televisión comunitaria aporte al fortalecimiento de la identidad local, aspecto que en muchos casos no es abordado por los medios nacionales. Existen diversos elementos propios de la televisión no nacional que aportarían a la afirmación de la identidad comunitaria, tales como: la vestimenta, el lenguaje, el decorado del estudio, entre otros. Sobre este tema, Suzarte (2018) plantea que “es importante que los medios comunitarios se reapropien del lenguaje simbólico – dramático de la cultura popular, mostrando personajes y temáticas de los sectores populares, que no suelen ser abordados por los medios nacionales” (s/p).

Señalar que los grandes medios de comunicación responden a intereses corporativos que ejercen censura, contribuyendo al mantenimiento del orden simbólico y a la reproducción de las desigualdades sociales. La televisión comercial sería excluyente, en tanto sólo mostraría formatos y contenidos rentables, situación que no se replicaría en los canales comunitarios. Estos últimos, pondrían mayor énfasis en informaciones locales,

presentando una función política, no en un sentido partidario, sino más focalizada en la ciudadanía y construcción social.

En una misma línea, indica que el argumento de que “lo que se muestra en la televisión es lo que la gente quiere ver” es equivocado, ya que existirían audiencias más críticas hacia los contenidos emitidos masivamente, prefiriendo sintonizar canales comunitarios, cuando no encuentran lo que buscan en los canales nacionales.

Así, desde su punto de vista, las audiencias de los canales comunitarios son más críticas en comparación con el resto de los telespectadores, seleccionando lo que realmente les interesa y evitando la programación de los canales nacionales. Según este autor, las organizaciones sociales, a través de la televisión comunitaria, son llamadas a ocupar el vacío que han dejado los grandes medios de comunicación.

En el contexto cubano, Herrera (2015) define como comunitarias:

las estaciones de televisión que transmiten para un espacio reducido con una unidad de intereses por cercanía, o pueden responder a un espacio comunitario mayor, no circunscrito dentro de un área geográfica determinada, pero con intereses comunes— religiosos, étnicos, sexuales de género, etc. — que lo cohesione. (p.20)

Entonces, la diferencia más visible entre la televisión comercial y la televisión comunitaria son los contenidos locales. Una televisión comunitaria que no produce suficientes programas con contenidos locales, no representa ninguna ventaja sobre la televisión comercial. La función de la televisión comunitaria es ocuparse de los aspectos de salud, educación, medio ambiente, organización social, producción y derechos, entre otros temas que son parte de la vida cotidiana. Es también una responsabilidad de la televisión comunitaria fortalecer y difundir la música local, las fiestas y tradiciones, la producción cultural y artística, la memoria de los ancianos, los juegos de los niños, y otras actividades lúdicas.

La televisión comunitaria planta sus raíces en la cultura local, esto no significa la negación de otras culturas, pero sí la afirmación de una identidad propia, identidad que con frecuencia es negada por los medios masivos de alcance nacional. El principal rasgo distintivo de esa pertenencia a la cultura local es el uso y valoración del idioma o idiomas indígenas de la región. El mundo percibido por cada cultura se encuentra aprehendido en el idioma que se habla. Con las palabras se designa todo lo existente en los mundos real e imaginario.

### **1.3 Participación ciudadana**

Las relaciones emisor- receptor se han revolucionado en los últimos años, ya sea por las nuevas tecnologías, o por la adquisición de conocimientos a través de los propios medios de comunicación masiva; en el caso de Cuba, específicamente, por el empeño de elevar la cultura de las personas de forma integral, de ahí que los receptores empiecen a sentir más suyo el proceso comunicativo, y, por tanto, los emisores deben cambiar las prácticas históricamente concebidas.

La realidad mediática propone replantearse el proceso comunicativo, hacerlo de forma bidireccional, y la participación es el eje principal para pensarlo de esta forma. El sistema socialista cubano es ideal para tales prácticas. Un ejemplo de ello es la creación de los Telecentros de televisión en toda la isla. Su constitución

muestra el alcance del sistema nacional de televisión cubana, por lo que este medio de comunicación se considera esencial para el desarrollo de una comunicación comunitaria, basada en la participación social de los miembros de la comunidad.

En el documento de Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano, aprobado por el Comité Central del Partido Comunista de Cuba (PCC), en mayo de 2017, se encuentra la necesidad de perfeccionar la participación ciudadana en la discusión y solución de los problemas que afectan a sus comunidades y en la toma de decisiones, lo cual se reconoce que pasa por “una efectiva comunicación social” (PCC, 2017, p. 5).

Abordar la participación para la comunidad implica el reconocimiento de poder establecer una participación real que implica: ser constructiva, popular y emancipadora; una participación que pueda convertirse en un mecanismo efectivo de socialización y así lograr convencer y motivar a todos los sectores de una localidad y permitir el reconocimiento de los distintos escenarios en que se va a ejercer, es decir, partir de las necesidades e intereses de la comunidad, de sus reales posibilidades y problemas detectados por ellos, de sus obstáculos y sus características. (Dávalos (1997, citado por Hernández, 2005, pp.51-52).

Es fundamental para lograr la participación partir de ellos, de sus realidades, escuchar sus opiniones, criterios, intercambiar con ellos para identificar niveles de satisfacción, aprender de la sabiduría del pueblo, tan importante es preguntarnos qué queremos decir, como qué es lo que el destinatario quiere escuchar, y entonces de aquí en adelante buscar un punto de encuentro, partir del seno de la comunidad y de sus características culturales propias, para presentar así en una comunicación dialógica, lejana del modelo transmisión de información, que sea horizontal, por lo tanto coherente con el sentir de los habitantes locales . La participación en medios, como categoría central, debe llegar a los modos de regulación autorregulación, gestión, organización, producción y control de los medios ciudadanos para generar prácticas sociales transformadoras en un sistema comunicativo integral. “La comunicación participativa no puede ser fácilmente definida porque no puede considerarse un modelo unificado de comunicación. Constituye un movimiento de la comunicación que todavía está tomando forma y que es más valioso precisamente por su diversidad y su desenvolvura” (Gumucio, 2003, p. 9).

La importancia de que la participación sea posible a nivel de la toma de decisiones en cuanto a los temas que serán tratados en los mensajes y en cuanto a la selección de procedimientos. Esto no implica que especialistas del desarrollo, planificadores y dirigentes institucionales ya no tengan ningún papel, sino que los puntos de vista de los sujetos sean tomados en cuenta antes de que los recursos de los proyectos de desarrollo sean designados y distribuidos.

El comunicador entra así en un imaginario diálogo con el destinatario: “Tú tienes estas inquietudes... te estás haciendo estas preguntas”. Y mejor aún si no le da la respuesta, sino que le dice: “Ven, acompáñame, vamos a buscarla juntos”. Es decir, recorramos juntos un camino, hagamos un proceso de reflexión, de raciocinio (Kaplún, M (2002).

Es el diálogo la vía para alejar la ignorancia y obtener conocimiento, el vínculo para la verdadera comunicación. Para Paulo Freire, según Portal (2009), es esencial tener en cuenta:

(...) el diálogo es una exigencia existencial. Y siendo el encuentro que solidariza la reflexión y la acción de sus sujetos encauzados hacia el mundo que debe ser transformado y humanizado, no puede reducirse a un mero acto de depositar ideas consumadas por sus permutantes. (s/p)

Esta forma de comunicar y comunicarse requiere, en cierta medida, cambiar el esquema tradicional emisor-mensaje-receptor, por otro en donde se parta de destinatarios-mensaje destinatarios, como punto clave a la hora de plantearse tal comunicación, en la cual se involucren la mayor cantidad de pobladores comunitarios, aspecto que define la calidad de la participación deseada; de esta manera se puede llegar a conformar una acertada práctica periodística, pues “la participación comunitaria debe caracterizarse por la masividad y diversidad lo que significa lograr implicar a la mayor cantidad de personas en la realización de actividades donde puedan exponer sus opiniones e intereses dentro de los niveles organizativos alcanzados”. (Dávalos,1997, citado por Hernández, 2015, p.52)

Es relevante señalar que pueden suscitarse procesos de participación simbólica que coinciden con los intereses de la comunidad, pero se alejan de las expectativas individuales. En este caso, la participación se gesta a partir de apropiaciones realizadas en la actividad y se materializa en el espacio público desde aspectos de tipo cultural.

García Canclini(1995) agrega que los sujetos antes de participar, se plantean las preguntas “a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses” (p. 13). El criterio expresado anteriormente se refiere a la condición de los sujetos para participar a nivel de conciencia crítica.

Sin lugar a duda, las actividades desarrolladas por los sujetos en la sociedad evidencian contrastes en cuanto a la participación. Arnstein (1971) corrobora que existen niveles desde la no-participación hasta grados de poder ciudadano. Del mismo modo, considera que la información y la consulta ocupan un estadio de simbolismo (construcción y trasmisión de mensajes con retroalimentación), por lo que se consideran la base del incentivo de las personas para cualquier finalidad.

Los autores Arnstein (1971) y Caballero (2009) respaldan la existencia de la información y consulta en los procesos de participación. A la vez, Ander Egg (2003) coincide con los autores citados anteriormente en la existencia de la consulta. En todos los casos mencionados se establecen los niveles con el mismo alcance y nomenclatura, por lo que se puede afirmar que en la sociedad se desarrollan actividades mediadas por sujetos con mayor influencia, que determinan la participación de los demás integrantes.

Hernández et al. (2019) afirman que la participación generalmente se corresponde con la jerarquía que los sujetos ocupan en las instituciones. Mientras algunos solo participan como destinatarios de las informaciones, otros constantemente ejecutan las decisiones. La expresión anterior reconoce el nivel informativo, ya que reviste gran importancia para cualquier proceso que involucre participación. Sanhueza (2004) corrobora que el nivel informativo, más que ser el primer nivel de participación, es una condición para que esta exista.

El nivel informativo de la participación es parte de un proceso simbólico, de intercambio, denotación, connotación. Aunque, generalmente, se desarrolla a partir del esquema clásico de comunicación (emisor-mensaje-receptor), los sujetos comparten aspectos como el lenguaje para que se produzca la comunicación. Resulta relevante afirmar que la comunicación es un proceso de participación de dos o más sujetos permeado por aspectos sociales, culturales, económicos, entre otros. Se coincide que la participación “es siempre un acto social: nadie puede participar de manera exclusiva, privada, para sí mismo” (Guillén et al., 2017, p. 180).

El nivel de consulta, según plantea International Association for Public Participation (2019), permite obtener retroalimentación sobre análisis y alternativas en el desarrollo de actividades. Las personas sujetas a este nivel de participación, generalmente son informadas, escuchadas y reconocidas desde sus sugerencias. Finalmente pueden conocer su aporte en el desarrollo de determinada toma de decisiones.

Hambleton y Hoggett (1994) plantean una escalera de participación de forma más específica. Con esta finalidad, formulan los niveles 1) información de alta calidad y 2) consulta genuina. Las adjetivaciones son innecesarias si se entiende que la información y la consulta son niveles de participación básicos. Las personas implicadas en el desarrollo de las actividades necesitan transitar por ambos para informarse, dialogar y facilitar los procesos de toma de decisiones.

Asimismo, quien interviene en una actividad generalmente se interesa porque los resultados reflejen o rindan cuenta de su participación. La evidencia de asimetrías en las actividades de cualquier índole se constata fundamentalmente en la toma de decisiones. Como consecuencia, emergen individuos con mayor autoridad en la realización de las actividades. Aunque algunos procesos transcurren transitando por niveles de consulta con todos los sujetos implicados, quien ostenta el poder político y/o económico, se encarga de concretar las decisiones.

Las relaciones sociales que genera una práctica concreta, permiten dilucidar las expresiones de la participación. Por ello, las complejidades del acto comunicativo influyen en los niveles en que se manifiesta la misma. Torrico (2005) expone que “es un proceso humano y social de interrelaciones de expresión y comprensión que involucran momentos de producción, circulación, intercambio desigual de significaciones, enmarcados cultural e históricamente” (p. 125). En la actualidad, es vital hacer un buen uso o socialización de la información, lo que implica tener en cuenta el entramado social del que forma parte.

Se concuerda con Wolf al precisar que la perspectiva funcionalista va enraizándose en las ciencias sociales. A partir de esto se prioriza en menor medida “¿qué es lo que hacen los medios de comunicación a las personas? a ¿qué hacen las personas con los medios de comunicación?” (1987, p. 39). De este modo, se trasciende la postura de la influencia inmediata de los medios de comunicación sobre las personas. Se confiere mayor protagonismo al estudio de los contextos y las relaciones entre las personas y se posibilita comprender la influencia de los medios sobre los consumidores.

La monopolización de los soportes tecnológicos ha regulado la participación de los consumidores. (Sartori,1998) refiere como un aspecto fundamental la concentración de capitales generada por las comunicaciones masivas en algunos países industrializados. Lo anterior legitimó una estructura

institucionalizada para perpetuar el discurso dominante. De este modo, las asimetrías se instauran desde los roles: 1) iluminados por el conocimiento/control de la difusión masiva y 2) consumidores homogéneos bombardeados por la omnipotencia de los contenidos.

El comportamiento de las formas de participación condiciona las formas de consumo en los medios de comunicación, concretamente el esquema emisor-receptor ha relegado el rol de los consumidores en la producción de los contenidos. Contradictoriamente, puede establecerse que esta relación constituye un proceso conflictual generado por la participación desigual de las personas. Por ello, el estudio de la participación pone de manifiesto el papel de las instituciones y las relaciones sociales que hacen posible la producción y consumo.

El concepto de participación relacionado con los medios de comunicación ha adquirido dos perspectivas fundamentales. Una representa la garantía de pluralidad en la construcción de contenidos y otra asegura captar y fidelizar a los consumidores. Participar en espectáculos y concursos de la radio o la televisión hace a los sujetos parte del contenido, pero impide una reivindicación hacia el proceso de toma de decisiones. El consumo se considera una forma de participación donde “se piensa, se elige y reelabora el sentido social” (García Canclini, 1995, p. 27). Sin embargo, esto deja al margen a las personas de una participación más crítica y emancipadora.

El entorno institucional televisivo ha constituido un espacio hegemónico en la producción de los medios de comunicación. Desde su estructura, organización, producción, circulación y consumo se constatan las limitaciones y posibilidades para la participación. Asimismo, se reconocen dos alternativas fundamentales: el trabajo conjunto con las instituciones y el proceso paralelo a la acción de los mismos.

En el caso particular de la televisión, Bourdieu precisa que:

lo que pesa es la coerción económica” (Bourdieu, p. 19). El condicionamiento propicio que, en este medio de comunicación, los que producen sean igual de objetos que los consumidores. Se concuerda con el autor al referir que la sociología tiene como misión develar los rasgos que suscitan determinadas relaciones sociales y en los medios de comunicación adoptan formas de violencia simbólica. Una producción de mensajes que han sido “elaborados de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad. (Bourdieu, 1996, p. 24).

La producción en la televisión con dinámicas participativas permite trascender la concepción lineal, estática e impostada en igualdad de condiciones para cualquier contexto. Inicialmente, se considera que participar constituye una práctica responsable y orientada a determinada transformación de la realidad, en tanto otorga una gran responsabilidad, dado que los mensajes construidos se dirigen de unos hacia muchos. Es por ello que, a criterio de Palma (1999), los que impulsan la acción deben considerarse sujetos de los procesos, para “convencer y motivar a todos los sectores de una localidad” (Dávalos, 1997, p. 51).

La participación en la dinámica productiva de la televisión debe considerarse desde “el involucramiento activo, individual o colectivo, de las personas como sujetos de la actividad” (Alonso y Jara, 2016, p. 4), sumado a una condición básica que plantean Linares et al.: “formular planes junto a otros instrumentos de planificación y

evaluación, que propicien la participación de las bases” (2008, p. 38). Ambos presupuestos garantizan el reconocimiento gubernamental de la participación o su concreción en los medios de comunicación desde expresiones diversas.

El desarrollo tecnológico del medio de comunicación en cuestión, ha conducido a una hiperespecialización de los sujetos que intervienen en los procesos productivos. Por ello, se coincide con De la Riva en que es precisa la existencia de un conjunto de condiciones: “formación (saber participar) y organización participativa (poder participar)” (1994, p. 20).

En tales términos, la participación constituye un proceso multicondicionado, con niveles que la determinan y expresiones diversas para cada institución, lo que refuerza la idea de que debe contener las necesidades, razones e incentivos capaces de mover a la acción.

En el caso de las televisoras locales cubanas no existe declarado el carácter participativo de sus producciones en documentos legales. Estas instituciones constituyen una extensión de la Televisión Nacional cubana en los municipios del país, por lo cual se adscriben a los objetivos estratégicos definidos desde esa instancia para el período 2018-2021.

Al respecto, se establece genéricamente el fortalecimiento de la participación ciudadana. Dicha política no constituye un documento público que pueda consultarse en profundidad para establecer el alcance descrito para la participación. Sin embargo, a partir del análisis de otras fuentes secundarias se pudo establecer que se reproduce el sentido unidireccional de la comunicación en el medio televisivo, en tanto se considera la retroalimentación (llamadas de reporte) como el indicador clave para otorgarle expresión a los consumidores (Suzarte, 2018). Coincidentemente, en la Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubanas no se establece el carácter participativo para ninguna forma productiva.

Si bien la retroalimentación constituye un aspecto fundamental para que se desarrolle el nivel consultivo de la participación, las insuficiencias en el trabajo de investigación social para la televisión lo limitan. Según Guiomar Venegas, el Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) presenta dificultades actuales para establecer un diapasón sobre las expectativas del público, determinar cambios y establecer nuevas líneas (Cándano, 2011). Por lo tanto, el sentido de la participación queda formalmente enunciado, más resulta inoperativa en la práctica de las televisoras locales, que en menor medida disponen de estructuras y personal capacitado para concretarla.

Por otra parte, Noya Martínez (2019), presidente del ICRT reconoce que la producción de la televisión tiene que apoyarse en la interacción con otras instituciones o ministerios de la sociedad, dígase cultura, educación, ciencia, tecnología y medio ambiente, organizaciones políticas y de masas.

La influencia de la participación en la producción televisiva cubana ha quedado en una dispersión de criterios, a partir de la ausencia de documentos normativos que legislen las prácticas con este carácter en el espacio local. Permanece indeterminado lo permisible en el plano institucional y se propicia que los decisores opten por legitimar procesos unidireccionales.

En torno a esta realidad, se coincide que “no se ha logrado aún configurar una gestión estratégica participativa de base local” (Herrera, 2015, p. 71). A partir de los aspectos analizados, se entiende que la participación en la producción televisiva constituye la acción individual y colectiva, pero sistemática, que se realiza a diferentes niveles (consulta, ejecución y toma de decisiones) durante las etapas creativa/tecnológica. Se expresa a través del diálogo productores-consumidores y favorece la representación de las necesidades de la opinión pública.

La comunicación participativa en medios supone entonces realizar transformaciones a nivel supra estructural, estructural e infraestructura, en aspectos como la concepción de la comunicación, las agendas del desarrollo, las metodologías de trabajo, modelos de gestión y producción, así como el papel de los profesionales de la información y la comunicación.

La participación de los sujetos en medios implica que sean capaces de incidir en los procesos sociales, culturales, políticos y económicos que se dan en la sociedad; así como deben ser capaces de realizar productos comunicativos.

La recién aprobada Política de Comunicación del país define entre sus principios que la comunicación social propiciará que los ciudadanos dialoguen y participen en la vida colectiva social y política, como premisa para la transformación consciente de la realidad. Y se asume que sin comunicación -que no es mera información- no hay participación (Terrero, 2018).

### **Conclusiones**

La televisión local tiene considerables potencialidades para favorecer el desarrollo cultural comunitario, en tanto enriquezca las prácticas culturales de la comunidad, gestione los valores culturales locales; propicie una red de articulaciones entre instituciones, organizaciones comunitarias y actores del desarrollo local, funcione como espacio de canalización de los principales problemas de la comunidad, propicie una participación sustantiva de los actores locales en el medio, y estos se apropien realmente de los procesos y contenidos comunicacionales.

De igual manera, se precisa de una gestión institucional de la cultura que propicie la articulación de procesos y proyectos endógenos que permitan a la comunidad reflexionar y accionar sobre su propia realidad, en un ejercicio social participativo, dialógico, creativo y transformador. Se requiere también que esta gestión favorezca la promoción de las prácticas culturales de la propia comunidad, a partir del reconocimiento y reafirmación de las identidades culturales, la protección de la diversidad cultural y la constante reconstrucción de saberes colectivos en un sentido creador, dinámico y movilizador.

### **Bibliografía**

- Alonso, J., y Jara, D. (2016). *Participación diferenciada en proyectos de desarrollo*. Ponencia presentada en el Simposio Internacional CIPS, Ciudad de la Habana.
- Ander Egg, E. (2003). *Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad*. Humanitas.
- Arnstein, S. (1971). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the Royal Town Planning Institute*, 35(4), 216-224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>

- Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión*. Editorial Anagrama.
- Bourdieu, P. (2000). Sobre el poder simbólico. *Intelectuales, política y poder* (pp. 65-73). UBA/Eudeba.
- Caballero, M., y Yordy, M. (2009). *El trabajo comunitario: alternativa cubana para el desarrollo social*. Ediciones Ácana.
- Cándano, M. (5 de marzo, 2011). *Mensajes ¿para la vida?* ComunicarTV. <https://www.envivo.icrt.cu/mensajes-para-la-vida/>
- Dávalos, R. (1997). *La participación y la comunidad*. Editorial Caminos.
- Díaz-Canel, M. (2018, julio 15). *Los periodistas cubanos tienen el mérito indiscutible de haber sostenido la voz de la nación*. Cubadebate.
- Eversley, M. (2006). *El papel de los telecentros municipales en Cuba*. [Trabajo de diploma, Universidad de Oriente].
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Editorial Grijalbo.
- Guillén, A., Badii, M., Blanco, M., y Sáenz, K. (2017). La participación ciudadana en el contexto de desarrollo sustentable. *Innovaciones de negocios*, 5(1), 131-146. <https://doi.org/10.29105/rinn5.9-9>
- Gumucio, A. (2001) *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. New York: Ed. The Rockefeller Foundation.
- Gumucio, A. (2003). *Arte de Equilibristas: la Sostenibilidad de los Medios de Comunicación Comunitarios*. Recuperado de: [http://www.apc.org/apps/img\\_upload/5ba65079e0c45cd29dfdb3e618dda731/gumucio](http://www.apc.org/apps/img_upload/5ba65079e0c45cd29dfdb3e618dda731/gumucio)
- Habermas, J. (1992). *Teoría de la acción comunicativa*. Taurus Humanidades.
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez*. Editorial Trotta.
- Hambleton, S., y Hoggett, P. (1994). Aframework for understanding area-based desentralisation. *Local Government. Policy Marketing*, 20(4), 5-12.
- Hernández, E., Paz, L., y Alonso, J. (2019). PARTv: guía metodológica para diagnosticar la participación en la producción televisiva. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 30(2019), 106-128. <https://doi.org/10.5209/CDMU.62808>
- Hernández, E., Paz, L., y Jara, D. (2016). Retos de la participación comunitaria en la producción televisiva local. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(2), 147-152. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/381>
- Hernández, Y. (2003). *Un acercamiento a la comunicación comunitaria desde el sistema territorial de televisión cubano*. [Trabajo de diploma, Universidad de Oriente].
- Herrera, D. (2015). *Televisión y desarrollo: Articulaciones desde lo local. Propuesta de modelo de televisión local para el desarrollo de los municipios cubanos*. [Tesis doctoral]. Universidad de La Habana, La Habana.
- Herrera, D. (2008). *La localidad en pantalla. Un estudio sobre el desarrollo de la televisión de cobertura local en Cuba*. Tesis de Maestría. Universidad de La Habana, Cuba.

- Herrera, D. (2015b). La televisión local en Cuba, un sistema en desarrollo. *Razón y Palabra* (89).
- Kaplún, M. (1992). *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación Educativa*. UNESCO-OREALC.
- Kaplún, M (2002). *Una pedagogía de la comunicación. El comunicador popular*. La Habana, Editorial Caminos.
- Machado, N. (2008). *TV Escambray, Oasis TV y Corralillo Visión ¿El pálpito de una comunidad? Un estudio sobre las características de la televisión comunitaria latinoamericana en el proceso productivo de tres corresponsalías de televisión municipal*. (Tesis de Maestría) Facultad de Comunicación. La Habana.
- Márquez Gómez, Lizet (2012). Retos de la televisión comunitaria en Cuba, su papel en el desarrollo global. En *Miguel Hernández Communication Journal*, 3, páginas 121 a 135. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado el 16 de abril de 2020 de: <http://mhcj.es/2012/07/29/lizet/>
- Millet, Bárbara (2013). *Estrategia para favorecer la expresión de la cultura agraria en los medios de comunicación del municipio San José de las Lajas*. S/e en formato digital.
- Noya, A. (2019, 29 de enero). *El ICRT: por donde Cuba se escucha y se ve (parte 1)*. Mesa Redonda. <http://mesaredonda.cubadebate.cu/noticias/2019/01/22/el-icrt-por-donde-cuba-se-escucha-y-se-ve-1-ra-parte-hoy-en-la-mesa-redonda/>
- Orozco Gómez, Guillermo. (1991). *Cultura y televisión*. En Consumo cultural en México. CONACULTA.
- Partido Comunista de Cuba (PCC) (1975). *Informe del Primer Congreso*. Partido Comunista de Cuba (PCC).
- Partido Comunista de Cuba (PCC) (2011). *Lineamientos de la Política Económica, Política y Social*. La Habana: PCC.
- PCC. (2017). *Documentos del 7mo. Congreso del Partido aprobados por el III Pleno del Comité Central del PCC el 18 de mayo de 2017 y respaldados por la Asamblea Nacional del Poder Popular el 1 de junio de 2017*. Séptimo Congreso del Partido Comunista de Cuba.
- Peruzzo, Cecilia M. (2006). *Televisión comunitaria en el Brasil: aspectos históricos*. [[www.eca.usp.br/alaic/boletin8/cicilia.doc](http://www.eca.usp.br/alaic/boletin8/cicilia.doc), consultado el 8 de mayo de 2024].
- Peruzzo, Cecilia. *Televisión Comunitaria en Brasil: Antecedentes y participación popular en la gestión y en la programación*. *Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*. No.3. (2006): 347-367. Consulta realizada en diciembre de 2011. Disponible en la página web: <http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes3/23.pdf>.
- Portal, R, Nápoles, E., Leiva, Y., Pino, T. y García, G. (comp.) (2009). *Comunicación para el desarrollo*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- RINCÓN, Omar. 2001. *La televisión pública: Del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello. Bogotá (Colombia).
- Sanhueza, A. (2004). *Participación ciudadana en la gestión pública*. Corporación Participa.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Taurus.

- Suzarte, S. (31 de octubre, 2018). *La rúbrica tuvo lugar en el marco del Coloquio Nacional de Comunicación Institucional*. Televisión Cubana. <https://www.tvcubana.icrt.cu/secciones/seccion-informaciones/3918-icrt-firma-alianza-con-la-asociacion-cubana-de-comunicadores-sociales>
- Terrero, A. (2018, julio 14). *Depende de nosotros hacer realidad el modelo de prensa que soñamos*. Cubadebate.
- Torrice, E. (2005). Acercamiento a la Comunicación como cultura académica y a sus proposiciones teóricas generales. *Conexão - Comunicação e Cultura*, 4(8), 39-49. <http://ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/101>
- UNESCO (1980). *Informe Mc Bride "Un sólo mundo, múltiples voces"*. Unesco. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000040066>
- UNESCO (2006). *Public Service Broadcasting: a best practices sourcebook*. Paris: UNESCO.
- UNESCO (2006b). *Radiotelevisión de Servicio Público: un manual de mejores prácticas*. San José: UNESCO.
- UNESCO (2011). *Community Media: A good practice handbook*. Paris: UNESCO.
- UNESCO (2012). *Indicadores de calidad de las emisoras públicas – evaluación contemporánea*. Serie Debates Comunicación e Información N°10. Brasilia: UNESCO.
- UNESCO & World Radio and Television Council (2001). *Public Broadcasting. Why? How?*. París-Montreal: UNESCO/WRTC.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Ediciones Paidós.