

# Ley de Comunicación del Poder Popular

—entre contradicciones y conveniencias—

*A punto de concluir el año 2015 –el 10 de diciembre– la Asamblea Nacional saliente aprueba la Ley de Comunicación del Poder Popular. Ese proyecto data del año 2011, cuando un grupo de representantes de medios comunitarios y alternativos lo introducen para su discusión. He aquí un análisis de esa Ley cuyas contradicciones –nos apunta la autora– la distancian de un instrumento legal y la aproximan a un panfleto político.*

**JOHANNA PÉREZ DAZA**

Luego de diecisiete años, en Venezuela se abre una posibilidad de cambio, una opción frente al modelo totalitarista, conquistada tal y como debía ser: por la vía democrática y la fuerza del voto. Frente a la nueva composición de la Asamblea Nacional (AN), distintos sectores comprometidos con el país buscan presentar sus propuestas y planes de acción. Enmudecidos y silenciados quieren hacer escuchar su voz, afinan, ensayan y vocalizan, generando un ruido que, de no saberse llevar, terminará en diálogo de sordos, tumulto de voces y gritos aislados. Es, pues, necesario organizarse, priorizar temas y áreas, atender las necesidades y problemas fundamentales de la población venezolana conocidos y vividos por todos (inseguridad, inflación, desabastecimiento, independencia de poderes...).

En este contexto, la comunicación sigue siendo un tema sensible, difícilmente ignorado o descartado por los distintos actores políticos que comprenden su influencia en la opinión pública.

Sin obviar los matices, se observa un sector que intenta –o mejor dicho: sigue intentando– equiparar concentración de medios con concentración de poder, en un desmedido afán por subsistir. El otro sector, rescata la indisoluble relación entre comunicación y democracia, subrayando la necesidad de sanear el ecosistema mediático, que hoy presenta elevados índices de contaminación propagandística, censura, autocensura y mecanismos de presión.

Ambas posturas reflejan que la comunicación es entendida como piedra angular para el desarrollo de distintos procesos; así lo evidencia, además, la dinámica e importancia con la cual ha sido manejada en los últimos años. Entre los varios aspectos que pueden analizarse, nos detendremos en la Ley de Comunicación del Poder Popular aprobada vía exprés el 10 de diciembre de 2015 y publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.207, del 28 de diciembre del mismo año.

*Hay éxitos tristes. Por ejemplo el de palabras como popular, que casi no se usaba, luego fue adquiriendo la mayúscula y acaba escribiéndose entre comillas.*

**(Néstor García Canclini)**

Representantes de medios comunitarios y alternativos presentaron el proyecto de ley ante la Comisión Permanente del Poder Popular y Medios de Comunicación, en 2011. Luego de algunas modificaciones y discusiones permaneció engavetada, hasta que en diciembre pasado fue aprobada, pocos días antes de vencer el periodo de la AN saliente, de mayoría oficialista.

Consta de cincuenta artículos, tres disposiciones transitorias y una disposición final. Desde su preámbulo se observan contradicciones que la distancian de un instrumento legal y la aproximan a un panfleto político.

El escenario comunicacional es descrito mediante epítetos que desvirtúan y amañan la esencia de conceptos

como pueblo y popular. Refiere al “pueblo comunicador” que actuará “en el marco de la construcción del socialismo”. La comunicación popular es definida como “una iniciativa revolucionaria”. Se mencionan también la “lucha de clase” y “los oprimidos”. Se manosean términos y frases que, inevitablemente, se asocian con una ideología excluyente. Se pretende persuadir y confundir con la “búsqueda de igualdad de condiciones de todos los sectores de la sociedad”, aunque su objeto es dar preferencia a los “Medios de Comunicación para el Poder Popular”, lo que de plano es un contrasentido –privilegiar unos medios en detrimento de otros– para, finalmente, afirmar, de forma directa y sin cortapisas, que este modelo abrirá “paso al surgimiento del pueblo comunicador, que en el caso venezolano responde a los principios para la construcción del Poder Popular rumbo al socialismo”.

Vale la pena desagregar conceptos como: comunicación y popular. Recordar algunas características básicas: 1.- La comunicación es un proceso dialógico y no un discurso unidireccional ni, mucho menos, imposición por repetición. 2.- Lo popular no se decreta, sino que se reconoce y construye, sobre un eje amplio, plural e incluyente. Desagregar también el término pueblo comunicador, para conocer sus atributos más allá de la adjetivación de raíz demagógica;

así como la definición de comunicadores populares, desde sus cualidades masivas y sus falencias profesionales y deontológicas –aclarando que la precisión no es peyorativa, sino valorativa–. Aclarando también que todos tenemos el derecho a expresarnos y comunicarnos, más allá de la estética o cánones dominantes, sin menoscabo de la formación, competencias y responsabilidades específicas.

Lejos de un análisis de contenido, este acercamiento a la Ley desde el lenguaje nos permite redimensionar los términos, profundizar en su sentido y significado. La estrecha relación entre lenguaje y poder deja ver que el uso de estos términos no es ingenuo o casual<sup>1</sup>, sino que responde a la imposición de un proyecto político que, ciertamente, ha estimulado el surgimiento de medios comunitarios, pero con fines e intenciones que se alejan de sus principios y razón de ser: estar del lado de las comunidades y no de parcialidades gubernamentales o partidistas, como se constata en la praxis.

Muchos medios comunitarios han adoptado el ideario chavista sin que esto signifique, automáticamente, su identificación y aceptación en las comunidades. El desempeño que, hasta ahora, han tenido la mayoría de los medios comunitarios y alternativos nacidos en “tiempos de revolución”, muestra fuertes vínculos con el Gobierno. Esto, más que una respuesta contra o anti hegemónica, sugiere adhesión a una nueva hegemonía impulsada por y desde el Gobierno, lo que contraviene la comunicación popular y comunitaria. Su presencia en el sistema de medios venezolanos, no es proporcional a la penetración en las audiencias, las cuales, muchas veces no conocen las emisoras comunitarias que funcionan en sus municipios<sup>2</sup>, en consecuencia, su impacto en las comunidades es ínfimo a pesar del apoyo económico y dotaciones que han recibido, según cifras difundidas por el propio Gobierno<sup>3</sup>.

En este nuevo marco legal se recalca que el núcleo de financiamiento de estos medios se ubicará en los órganos de gobierno (Conatel y MinCI han sido hasta ahora sus principales fuentes de financiamiento, equipamiento e infraestructura), lo que solapa y condiciona su fundamento contestatario. En el artículo 29 se especifica que: “El Estado fortalecerá el desa-

**Consta de cincuenta artículos, tres disposiciones transitorias y una disposición final. Desde su preámbulo se observan contradicciones que la distancian de un instrumento legal y la aproximan a un panfleto político.**

rollo de los medios populares, alternativos y comunitarios de las diferentes vertientes de la Comunicación Popular, dotándolos de los requerimientos técnicos, materiales, equipos y subsidios necesarios para su funcionamiento; y garantizará la autogestión a través de la promoción y apoyo de proyectos socioproductivos que permitan su sustentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.”

Desde este punto de vista, resulta contradictorio el término alternativo en el marco de esta Ley, ya que no puede hablarse de “lo alternativo” si prevalecen sólidos nexos de los medios comunitarios con el propio poder. Nos preguntamos ¿cómo queda la función de denuncia consustancial a las luchas comunitarias, cuando los entes que deben denunciarse son, precisamente, los que sustentan económicamente a estos medios?

El propio concepto de comunicación popular es amainado, inconsistente con prácticas auténticamente inclusivas y comunitarias, alternas al poder dominante y los sistemas hegemónicos de difusión que, en nuestro caso, se ubican en el Gobierno de turno. Observamos con preocupación como muchos medios comunitarios funcionan como extensiones del Sistema Bolivariano de Comunicación e Información (Sibci) y como fachadas de instancias alineadas con el Gobierno. Y siguiendo con el lenguaje y su uso intencionado, vemos como, según esta Ley, la comunicación popular debe responder al modelo comunicacional *antiimperialista y revolucionario*, palabras con connotaciones muy particulares en el escenario venezolano de los últimos años.

Aparecen figuras como: consejos (nacional, estatales y municipales) de la comunicación popular, los comités de comunicación alternativa y comunitaria de los consejos comunales, y el sistema nacional de la comunicación popular, sin clarificar los mecanismos de participación ciudadana, siendo esta el epicentro de las iniciativas de comunicación alternativa y popular.

Por el contrario, el articulado de esta Ley muestra un Estado interventor que, lejos de propiciar procesos comunitarios autónomos, se convierte en obstáculo y elemento distorsionante, al tratar de moldear su esencia y, en consecuencia, imponer ideas y estructuras que responden a su modelo político.

Además de lo antes expuesto, hay otros dos elementos que llaman la atención: 1. La opacidad, contradicción e incongruencia de la data oficial en cuanto al número de medios comunitarios existentes en el país, lo que nos lleva a cuestionar ¿para quién se legisla?, y ¿a quién conviene esta inconsistencia<sup>4</sup> cuantitativa? 2. La celeridad con la cual fue sancionada esta Ley junto a otros instrumentos legales priorizados por la AN saliente, cuatro días después de las elecciones parlamentarias del 6 de diciembre. Esto reafirma la idea de la comunicación como herramienta para ejercer, mantener, maximizar y, eventualmente, recuperar el poder.

También es notoria la importancia dada a las comunicaciones cuando se consideran sus formatos minuciosamente, intentando no dejar nada por fuera. Así, esta Ley abarca distintos soportes de expresión de la comunicación alternativa<sup>5</sup>. Esta oferta engañosa de reconocimiento y amparo legal de los medios comunitarios y las “vertientes de la Comunicación Popular”, indicadas en el artículo 21, son una forma detallada de intervenir en:

- Medios populares, alternativos y comunitarios radiales.
- Medios populares, alternativos y comunitarios televisivos.
- Medios populares, alternativos y comunitarios impresos.
- Medios populares, alternativos y comunitarios digitales y electrónicos.
- Medios populares, alternativos y comunitarios muralísticos y otros formatos comunicacionales.
- Medios populares, alternativos y comunitarios de los consejos comunales y/o de las comunas.
- Medios populares, alternativos y comunitarios de los movimientos sociales.

Y sin dejar nada por fuera y con el espejismo de la democratización de las comunicaciones, esta Ley se nos presenta como una forma remozada de

**Muchos medios comunitarios han adoptado el ideario chavista sin que esto signifique, automáticamente, su identificación y aceptación en las comunidades. El desempeño que, hasta ahora, han tenido la mayoría de los medios comunitarios y alternativos nacidos en “tiempos de revolución”, muestra fuertes vínculos con el Gobierno.**

lo que Umberto Eco ha denominado populismo mediático.

Mientras los foros internacionales en materia comunicacional llaman a legislar para el pluralismo y la diversidad, esta Ley se pone al margen de estos aspectos consustanciales a la democracia y a la propia Constitución nacional (artículo 58). Hace falta retomar el verdadero sentido de la democratización de las comunicaciones, sin subordinación o imposición, sin manipulaciones y condicionamientos. Discutir y esclarecer los principios de los medios de servicio público y de políticas comunicacionales cuya base sea el respeto y preservación de los derechos humanos y las libertades.

La tarea no es sencilla. Afortunadamente, hay voces múltiples que pueden armonizarse en clave democrática e interpretar la banda sonora que sirva de fondo a la reconstrucción nacional. Aquí todas las voces serán necesarias, incluyendo la de los medios comunitarios llamados a recomponerse y reconciliarse con sus fundamentos, de cara a las necesidades de las comunidades en el sentido amplio de la expresión porque, al final de todo, cada sector y grupo de medios tiene unas funciones específicas a las cuales responder, y cada uno tiene aportes que dar. Esa es la esencia de la diversidad y la fuerza del pluralismo.

#### JOHANNA PÉREZ DAZA

Periodista. Investigadora-docente. Coordinadora de la Maestría en Comunicación Social Ininco-UCV.

#### Notas

- 1 “En este sentido, la fuerza de convicción de las palabras reside en su concordancia con la realidad. El lenguaje le da forma al mundo. La palabra es el primer ejercicio de poder (*in principium verbum erat*).” (Romano, 2007: 8)
- 2 El estudio *Investigación pobreza. Diez años después* (2010), dirigido por Bisbal, M. y Pasquale N. arrojó que para el período 2008-2009 la audiencia de los medios comunitarios era mínima: “Apenas 2 % de los encuestados ven las televisoras comunitarias a diario; 12 %, ocasionalmente, y 73 %, nunca; mientras, dos tercios de los radioescuchas nunca han oído una radio comunitaria, y 69 % de los entrevistados nunca ha leído un periódico comunitario.” (p. 164). Estas cifras resultan alarmantes e inquietantes si se considera la inversión y promoción que los MAC han tenido en la última década, lo cual parece no corresponderse con el número de usuarios esperados.
- 3 A mediados del año 2006, las cifras oficiales de Conatel permitían constatar que, en apenas dos años (2004-2006), un total de 108 emisoras de radio y TV comunitarias recibieron cerca de cuatro mil bolívares para la adquisición de equipos, capacitación, adecuación de infraestructura e, incluso, para la constitución de las fundaciones que los gestionan.  
Aunque las cifras sobre el financiamiento han dejado de ser expuestas de manera pública, en la Ley de Presupuesto Nacional del año 2011 se informa que estos recibieron 4.430.839 bolívares fuertes.  
A principios del año 2012, en un acto realizado para entregar 18 millones de bolívares a 126 radiodifusoras y televisoras comunitarias, representantes de Conatel informaron que esos montos serían destinados a equipamiento, mobiliario y papelería, pago de servicios básicos, autoconstrucción de infraestructura física o pago de esta en caso de estar arrendadas y para incentivar económicamente al personal. (Urribarrí, 2013: 73).
- 4 No existen cifras actualizadas o listados de acceso público sobre el número de medios comunitarios operativos. En el caso de los radioeléctricos, Conatel, MinCI y voceros del Gobierno manejan cifras que van desde 290 hasta más de 1.000 medios, sin ofrecer una clasificación sobre estaciones habilitadas, ilegales, en funcionamiento, fuera del aire o inactivos.
- 5 El reglamento de Radio Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público sin fines de Lucro (Publicado en Gaceta Oficial N° 37.359, del 08 de enero de 2002) se limita solo a medios radioeléctricos.