

Nuestros Medios

Por DeeDee Halleck
University of California at San Diego
and
Paper Tiger Television

Primero, quisiera dar las gracias a nuestros maravillosos anfitriones que han hecho muy inspiradora nuestra visita a este lugar, y para mi en particular, resonante con otros proyectos de los cuales he sido testigo o he participado, en otras partes del mundo.

Anoche vimos una proyección callejera en el Paseo Bolívar que me recordó las muestras que yo organizaba en 1961 en el Lower East Side en Nueva York, de los trabajos hechos por nuestro cine club llamado Henry Street Settlement. También fue parecido a las proyecciones de vídeo experimental que tuve la oportunidad de ver una noche en un edificio en el centro de la Habana, de un trabajo producido por el Movimiento Cubano de Vídeo como parte del Festival Latinoamericano de Cine en 1988. Supongo que me recordó especialmente una muestra organizada por TV Maxambomba, a la que atendí en una favela de Rio de Janeiro en los años noventa, donde la pantalla estaba sostenida por un microbús volkswagen.

Estas proyecciones fueron de Nuestros Medios. Puede que haya equipos diferentes, temas diferentes, imaginarios diferentes, formatos diferentes: puede ser a través de las ondas aéreas, los tambores de rumba, la maquina fotocopidora, el computador, o como vimos en Cartagena en el Colegio del Cuerpo, a través del escenario de la danza. Puede ser en pueblos o en barrios, en áticos o sótanos, puede ser en los techos o en las vallas callejeras, en un satélite. Nuestros Medios están unidos por que son producidos y compartidos por personas en una base completamente diferente que la de los medios masivos de comunicación. Estos son medios para la cooperación y el intercambio, para la paz y en contra de la explotación y la avaricia.

Mucha de la discusión del día de hoy se ha centrado en el desarrollo de proyectos de medios en Latinoamérica y Asia. En el "primer mundo" tenemos nuestro propio "tercer mundo": existen muchas comunidades totalmente excluidas por los medios masivos de comunicación. Con el militarismo creciente de la presidencia de George Bush, es más importante que nunca que tengamos espacios para aquellos que disienten con la fiebre de guerra que se apoderado de nuestros canales. Nosotros, los que estamos en el "ombligo de la bestia" tenemos nuestras propias necesidades de equidad de información.

Existe una comunidad vital de proyectos de medios alternativos en Estados Unidos, muchos de los cuales tienen más dificultades tratando de conseguir financiación que los proyectos en el llamado Tercer Mundo; estas dificultades son generadas por fundaciones que algunas veces encuentran difícil financiar proyectos muy cercanos a casa.

Quisiera describir brevemente tres proyectos en los cuales he estado involucrado. Uno es televisión Paper Tiger (Tigre de Papel). Esta colectividad fundada en 1981, realiza programas que critican los medios. Una cosa que no hacen los medios masivos es analizar o comentar acerca de ellos mismos, así que fundamos Paper Tiger para dar una mirada crítica a la televisión, la prensa, la radio, las revistas y los filmes. Tenemos más de 400 programas que han sido transmitidos semanalmente desde 1981 en el canal comunitario de Manhattan.

En Estados Unidos tenemos canales comunitarios en casi todas las ciudades debido a los acuerdos locales entre las ciudades y las compañías de cable. A ellos se les exige por ley, proporcionar tiempo en los canales, equipos y fondos para los medios comunitarios. Esto a cambio de permitirle a la corporación utilizar las calles de la ciudad y el espacio público.

El segundo proyecto es televisión Deep Dish, que es una manera de conectar los canales

comunitarios de todo el país vía satélite. Tomamos programas de estos canales de acceso, de otros grupos comunitarios y productores independientes, y los organizamos en series agrupadas por temas: hemos hecho series acerca del cuidado de la salud, medioambiente, cárceles (una creciente industria en Estados Unidos donde hay el mayor número de personas en prisión -de acuerdo a los porcentajes- que en otro país del mundo). También realizamos una serie en 1991 acerca de la primera guerra del golfo. Ahora estamos organizando una serie de la guerra actual llamada Horrible y Desconcertante: una respuesta de la clase laboral a la guerra en Irak. Los programas Deep Dish son transmitidos por satélite y son descargados y transmitidos por los canales comunitarios de todo el país. Al principio utilizamos transmisores comerciales de satélite, los cuales teníamos que alquilar por hora, pero ahora tenemos un canal 24 horas que ha sido reservado para uso no comercial, llamado Free Speech TV (Discurso Libre TV) y no tenemos que pagar por el tiempo de transmisión.

El tercer proyecto creció del trabajo de Deep Dish y Free Speech TV. Existe un programa de radio comunitaria llamado Democracia Ahora, un espacio noticioso transmitido en seis ciudades, que es muy popular y el cual hemos podido transformar en una serie de televisión y mandarlo al satélite. Es así como, por la primera vez existe una alternativa diaria respecto a un programa noticioso que llega a los hogares de más de 11 millones de personas. Esta disponible en el satélite DBS y también en 130 canales comunitarios por cable.

En mi viaje hacia Colombia, tomé una copia del Financial Times y encontré un artículo que creo que resalta la diferencia entre nuestros medios y los de ellos...

Existen muchas reacciones acerca de las divisiones digitales. El artículo es acerca de un proyecto de la corporación Hewlett Packard y Unilever que esta siendo promocionado como un precursor de la unión de las divisiones digitales. Propone entregar a las mujeres hindú, mini computadoras palm pilot, o como ellos las llaman "organizadores personales digitales" ¿Por qué? Bueno, primero dicen que para acceder a información acerca de hospitales, colegios y precios de alimentos, en la población de Chirummari que esta a dos horas de Hyderabad. Luego, y cito: "Más adelante el proyecto piloto será actualizado para permitir que las mujeres vendan y compren shampoo, jabones y otros productos Unilever... Unilever esta trabajando con grupos de auto ayuda para vender estos productos en comunidades rurales de la India y en lugares fuera de alcance de las redes de distribución formal. Los mercados rurales generan el 50% de las ganancias de Unilever en la India. Existen 600.000 pueblos en el área rural en la India. Hemos alcanzado un nivel (100.000 de estos pueblos) que no puede ser mejorado por sí sólo... es por eso que nos hemos asociado con grupos de auto ayuda... es de bajo riesgo... Algunas de las mujeres estaban alarmadas por conceptos como el margen de ganancia de los bienes que estaban vendiendo a sus vecinos. El profundo espíritu de comunidad entre las mujeres, se vio reflejado en el hecho que ellas no fueron competitivas en añadirle un margen de ganancia a los productos que le vendían a sus vecinos. Nosotros les explicamos que no estaba mal añadirle un margen de ganancia. Nuestro objetivo es transformar a mujeres analfabetas en negociantes."

Este proyecto no es de Nuestros Medios. Es definitivamente de Sus Medios.

Fuente:

Ponencia escrita para la Cuarta Conferencia Internacional de Comunicación Social: Perspectivas de la Comunicación para el Cambio Social y el Tercer Encuentro Our Media/Nuestros Medios. Universidad del Norte. Barranquilla, 19-21 de mayo de 2003.