

Organización y participación ciudadana desde la comunicación audiovisual.

Jaqueline Garza Placencia.

Cita:

Jaqueline Garza Placencia (2007). *Organización y participación ciudadana desde la comunicación audiovisual*. XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-066/1632>

**Participación ciudadana desde la comunicación audiovisual: las mediaciones en la
producción documental del proyecto *Canalseisdejulio*
Jaqueline Garza Placencia**

Resumen

En esta ponencia se exponen una serie de mediaciones [socialidad, ritualidad, institucionalidad y tecnicidad] que intervienen en diversas acciones ciudadanas, las cuales cuestionan principalmente al monopolio informativo de los canales de televisión *Televisa* y *TV Azteca*. Para ello, se recupera la experiencia y los aprendizajes del proyecto *Canalseisdejulio*¹, un grupo de ciudadanos capaces de ir más allá de los intereses comerciales y/o gubernamentales en la producción de comunicación audiovisual, al proponer en sus documentales una versión que difunde la organización de los actores sociales que reclaman su derecho a participar en la toma de decisiones respecto a los problemas económicos y sociopolíticos que les afectan pero que históricamente han sido excluidos del poder, y por lo mismo, sujetos descalificados en la producción noticiosa de los telediarios con mayor cobertura actualmente en México, *Televisa* y *TV Azteca*.

1. El caso de *Canalseisdejulio*

En Latinoamérica, el desarrollo de nuevos actores y formas de comunicación entre la ciudadanía emergieron particularmente en los países que se encontraban sujetos a fuertes restricciones de participación democrática o que estaban sometidos a regímenes dictatoriales, careciendo en consecuencia de los derechos para tomar decisiones sobre el gobierno de un país, de la libertad de expresión, de la libre reunión y organización ciudadana, etc; tanto en los medios de comunicación como en la educación y cultura (Getino, 1996). A finales de los años setenta y comienzos de los ochenta, estos sujetos de comunicación encontraron en el uso del video una herramienta potencial para la expresión y también, como arma de lucha política. Por ejemplo, durante la dictadura en Chile del general del Ejército Augusto Pinochet [1973-1990], la lógica del poder militar imperó como forma de organización y de gobierno. Se incrementaron las acciones de represión y la persecución de las fuerzas armadas contra los partidos de la izquierda y el movimiento popular, el control de la opinión pública y la clausura de medios de comunicación no afines al gobierno, se prohibió el derecho de reunión y organización, y

¹ En sus inicios, los integrantes de la productora decidieron nombrarse *Canal 6 de julio*. Sin embargo, como parte de sus cambios y actualización, el formato del nombre cambió a *Canalseisdejulio* [las palabras sin espacios].

se desconocieron la legitimidad de las instituciones democráticas e imperaron los campos de detenidos, las torturas y los desaparecidos. No obstante, en ese contexto se creó el *Proyecto Teleanálisis*, vinculado a la revista semanal *Análisis*, destinado a producir programas mensuales de unos 40-50 minutos cada uno, con fines informativos, reflexivos y culturales, para un circuito de entidades, instituciones, parroquias, sindicatos y organizaciones sociales de diversos tipos. Este proyecto editó desde 1984 más de 50 programas, los que constituyeron juntamente con los Noticieros Alternativos del *Grupo Proceso* y los materiales de otras instituciones, la principal fuente de documentación audiovisual existente en ese país en el período de la dictadura (Getino, 1996, p.217).

Las experiencias del proyecto *Teleanálisis* se pueden comparar de alguna manera con el caso de *Canalseisdejulio*, una organización ciudadana integrada por cineastas, comunicadores y periodistas. Carlos Mendoza, el director, es un actor social clave en los orígenes de esta organización. En una entrevista publicada en la revista *Videored* (1991), Mendoza mencionó: “Soy egresado del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos [CUEC] de la UNAM, donde estudiar equivale a hacer cine y sobre todo así era en los setenta. Mi primer cortometraje² salió en 1978; un documental de corte político-social, que es lo que siempre he hecho”. Entre 1986 y 1987 este cineasta empezó a hacer video invitado por Francis García del grupo *Redes Cine-video*. El primer trabajo que realizaron en conjunto fue un video sobre el movimiento estudiantil de la Universidad Nacional Autónoma de México: *UNAM la fuerza de la razón*, que se estrenó el 17 de octubre de 1987. Posteriormente, los integrantes de *Redes Cine-video* le plantearon a Cuauhtémoc Cárdenas, candidato del Frente Democrático Nacional [FDN], a la presidencia de la República, hacer una memoria de su campaña y con el material obtenido realizaron en mayo de 1988 el documental: *El tiempo de la Esperanza*.

Hasta ahí llegó nuestro compromiso con Cárdenas, y seguimos el video ya de manera totalmente independiente. Nuestro posterior trabajo fue *Crónica de un*

² *El Chapopote* (*historia del petróleo, derroche y mugre*) es el nombre del primer documental que realizaron Carlos Mendoza y Carlos Cruz como estudiantes del CUEC. “En base a sus investigaciones previas, afrontan y critican la problemática de la industria petrolera en México y la política estatal correspondiente” (Fernández, 1981).

Fraude, un seguimiento bastante exhaustivo de las elecciones en 1988. Yo no creo que fuera tan bueno, pero cayó en un momento excelente: sólo en el estreno vendimos todo lo que llevábamos, ciento y tantas copias (Mendoza en entrevista para Videored, 1991).

La venta inmediata de las copias del documental *Crónica de un Fraude* representaba dos sucesos. Por un lado, se hacían visibles las tendencias informativas de la mayoría de los medios de comunicación a favor de la versión oficial del Estado, que hasta entonces era la misma del partido político hegemónico [PRI]. Por otro lado, significaba la existencia de una ciudadanía que demandaba información y libertad de expresión desde otros dispositivos de comunicación en un momento de profunda cohesión política y cultural que se vivía en México durante las elecciones presidenciales de 1988. Carlos Mendoza señala que en este acontecimiento:

Hay un vacío de información ostensible. La televisión mexicana en su proverbial estupidez margina al principal candidato contendiente en la elección de 1988, lo deja fuera de las pantallas. Hace una bola de despropósitos y legítima a un usurpador como era Carlos Salinas de Gortari e intenta presentar al país una realidad que es de cartón, totalmente artificial. Por lo que había una gran necesidad de mostrarle a la gente lo que estaba pasando en otros lugares del país; y como ya había un número considerable de videocaseteras VHS que eran realmente en el circuito de distribución de nuestro trabajo, cubrimos ese espacio de información (comunicación personal).

Después de la producción de *Crónica de un Fraude* algunos integrantes³ de *Redes Cine-video* decidieron dejar el proyecto y otros optaron por sumarse a nuevo grupo llamado *Canalseisdejulio*, siendo Carlos Mendoza el principal impulsor de la iniciativa para fundar esta organización:

³ Mendoza afirma que él y otros compañeros durante la producción de *Crónica de un Fraude* estuvieron sujetos a presiones. Por eso algunos integrantes dejaron de producir este tipo de videos: “Hubo acoso gubernamental, por ejemplo, trataron de meterse al domicilio de un integrante que era donde estaba el equipo. Su familia se asustó, y a partir de allí, prefirió ya no hacer más videos” (comunicación personal).

Cuando nosotros llegamos [*Canalseisdejulio*], el video no era contemplado como un medio capaz de comercializarse para transmitir información. Creo que sí había cosas parecidas de producción. Pero lo que sí creo es que en el mundo no hay una experiencia como ésta y no es para elogiarnos sino porque es muy raro que la televisión no se abra para decirte ven, te transmitimos y aquí no se abre. En Europa se abrieron las televisoras, en Estados Unidos las televisoras públicas, aquí no (Carlos Mendoza, comunicación personal).

El acceso restringido a la televisión y más aún en la señal abierta, como lo menciona Mendoza, es consecuencia de la falta de regulación y legislación en el sector televisivo. Octavio

(1996) afirma que la política de la mayoría de los gobiernos de América Latina ha consistido en derivar el manejo económico televisivo al sector privado, reservándose a cambio el carácter político. En México el Estado tiene el derecho de entregar concesiones de radio y televisión a los individuos por ser medios de comunicación de interés público pero la política que ha primado es la de los empresarios locales, al hacer de los medios televisivos un poderoso recurso de rentabilidad económica a través de su labor comercial y publicitaria.

En el significado del nombre *Canalseisdejulio* se insertan dos conceptos importantes: el *canal* y el *seisdejulio*. El concepto del *canal* se refiere a las aspiraciones de un grupo de cineastas [principalmente] que encontraron en la tecnología del video otras prácticas de expresión e imaginación, y la posibilidad de producir audiovisuales para verse en casa mediante una videocasetera conectada al televisor, y tal vez algún día transmitirse o convertirse en un canal de televisión.

Entonces, y con base en la idea de unos casetes de audio que por ahí sacaron, se llamaban *Radio Qué Onda*. Que la gente compraba y escuchaba en su grabadora, nosotros decidimos buscarle un nombre así. Si había una radio tenía que haber un canal. Pensando que el asunto no pasaba de 2 o 3 videos. Por eso se llama *Canalseisdejulio*. Ya después no le pudimos cambiar el nombre (sic) (Carlos Mendoza, comunicación personal).

El concepto *seisdejulio* se refiere al 6 de julio de 1988, día en que se llevaron acabo las elecciones presidenciales y fecha detonante en la que se integra la fuerza de la participación democrática de los ciudadanos en un momento de coyuntura en la historia política de México. El 2 de octubre de 1968 así como el 10 de junio de 1971 [fechas en las que fueron brutalmente asesinados jóvenes manifestantes] constituyeron un parteaguas nacional, cuyas secuelas se expresaron en otras formas de participación, como la conformación de nuevas organizaciones políticas o armadas, pero también en el desencanto y la frustración que condujeron a muchos a la apatía y al alejamiento de la vida política. Es hasta 1988 cuando los ciudadanos volvían a ejercer su obligación y derecho al participar en movilizaciones sociales o bien al depositar su voto en las urnas el día de la elección presidencial, con la idea de aspirar a un país más democrático. En ese movimiento, se fortalecía un grupo de oposición que se manifestaba contra la versión del modelo político-económico dominante. En este grupo se sintieron representados los integrantes de *Canalseisdejulio* en una etapa temprana de la vida de esta organización ciudadana.

Se le puso así porque es el día en que la sociedad civil salió a la calle para reclamar y protestar por el fraude que se había cometido; de allí salió el nombre de *Canalseisdejulio* pero como que ya se ha convertido en una fecha electoral, y sí, hemos pensado en cambiarlo pero no fue posible porque ya tiene su historia y es como te reconocen prácticamente; además habría un problema con los derechos porque todo el material está registrado a nombre de *Canalseisdejulio* A.C. [Asociación Civil] (Nancy Ventura, *Productora de Canalseisdejulio*, comunicación personal).

En sus inicios, *Canalseisdejulio* constituía un espacio para la expresión por la coyuntura que pasaba el país pero no era considerado como un espacio de trabajo donde se pudieran desarrollar y sostener prácticas profesionales de comunicación permanentes. Su director Carlos Mendoza señala que el proyecto estaba pensado para un tiempo de duración corto pero había una especie de inercia que los arrastraba a todos a seguir produciendo. Un ejemplo de esto es “la toma de posesión de Salinas que está plasmada en el trabajo que se titula *Que renuncie*⁴” (comunicación personal). Este documental se

⁴ “[Que renuncie] es un documento muy importante. No es cualquier cosa que el ejército mexicano esté desalojando a la gente que se les está enfrentando porque considera que el triunfo de Salinas es una

produce en 1988 poco después de la presentación de su primer documental *Crónica de un Fraude*. Un año más tarde produjeron *1989: Modernidad bárbara*. En este video se hace un recuento de ese año político y una crítica al proyecto económico del gobierno de Carlos Salinas de Gortari. En 1991 producen *Contracorriente*, documental que presenta una reflexión y denuncia sobre el tema de los derechos humanos en México. Sobre esa línea editorial *Canalseisdejulio* continúa produciendo documentales con la misión de “realizar una tarea de información y contrainformación, frente a los medios oficiales y privados, buscando dar voz a los sectores que no tienen acceso a los medios de información en temas políticos, sociales, de derechos humanos y debate en la economía” (*Canalseisdejulio*, 2006).

Los productos audiovisuales de esta organización ciudadana se han convertido en una fuente de información principalmente en dos ámbitos de recepción. El primero se refiere a una red que articula a una serie de ciudadanos organizados en grupos sociales heterogéneos que están convencidos de su participación política en la sociedad, entre ellos sindicatos de trabajadores, organizaciones de derechos humanos, centros culturales, etc. El segundo se refiere a un grupo de personas que buscan informarse por otros medios además del televisivo, tales como libros, revistas y materiales audiovisuales. Por un lado, estos públicos son los que han hecho posible la permanencia de *Canalseisdejulio*. Por otro lado, el voluntarismo de los propios integrantes de la productora ha logrado que los videos se sigan realizando. Es decir que *Canalseisdejulio* por constituirse como Asociación Civil no cuenta con los recursos económicos necesarios para mantener una nómina de empleados, así que los interesados saben desde el principio que su labor será en ocasiones sin sueldo y otras con una remuneración económica limitada.

2. Las mediaciones en la producción de comunicación audiovisual

En el contexto mexicano, la lucha por la dominación y resistencia del proceso de dominación simbólica en el marco de la producción de comunicación desde un lenguaje audiovisual [mirada desde de los telediarios y los documentales de *Canalseisdejulio*] se propone de la siguiente manera: en primer lugar, la configuración de la *identidad legitimadora* (Castells, 1999) parte del supuesto de que una visión dominante circula en

usurpación. Es una rebelión ciudadana, una rebelión popular en el Zócalo el 1 de diciembre de 1988 y nosotros teníamos ese material” (Carlos Mendoza, comunicación personal).

el espacio informativo audiovisual. Esto significa que *Televisa* y *TV Azteca* son las instituciones legitimadas que filtran sus concepciones del mundo. Este duplo televisivo diseña su propia agenda informativa; en la cual da relevancia a cierta clase de acontecimientos, enfatizando positivamente o suprimiendo ciertos relatos para la socialización y constitución de la opinión pública. Sin embargo, las televisoras pueden ciertamente, escalonar, acaparar y condensar la “*notoriedad pública* <<representativa>> o manipulablemente desarrollada” (Habermas, 1994. p. 272), pero solo en primer instancia pueden mediar esta “notoriedad pública”, ya que ésta es susceptible de crítica, como lo señala Habermas (1990), “pues las comunicaciones, aun cuando se les abstraiga y empaquete, nunca pueden quedar fiablemente blindadas contra la posibilidad de ser contradichas por actores capaces de responder autónomamente” (p. 553). En este caso, los integrantes de *Canalseisdejulio* se constituyen como sujetos-receptores que como resultado de su particular interacción con el discurso informativo, y sobre todo, como consecuencia de las diferentes *micromediaciones* (Orozco, 2001) que interviene en el

FIGURA 1. Proyectos alternativos en el espacio informativo audiovisual



Los sujetos-receptores de *Canalseisdejulio* como resultado de su particular interacción con los medios de comunicación, y sobre todo, como consecuencia de las diferentes *mediaciones* que entran en juego en el proceso de recepción, producen visiones alternas a las propuestas por los medios legitimados a propósito de la realidad social, y que hacen circular a manera de relatos desde otros dispositivos de comunicación. En el espacio de la nueva articulación y producción de estas versiones/visiones alternativas de los acontecimientos sociales también intervienen múltiples mediaciones como las institucionales, tecnológicas, de socialidad, etc.

proceso de recepción, cuestionan y negocian los datos noticiosos principalmente en momentos de coyuntura. Estos periodistas de opinión construyen trincheras de resistencia basándose en principios opuestos a los que impregnan los discursos de las “instituciones legitimadas”, e interpretan y rearticulan los datos noticiosos produciendo versiones alternativas que hacen circular a manera de relatos en videos documentales. Asimismo, como “operadores del cambio” (Reguillo, 2002) por su capacidad para elaborar discursos; los integrantes de *Canalseisdejulio* al seleccionar, difundir y dinamizar la información que proponen en sus

documentales participan el contendiente proceso de dominación simbólica por hacer ver y hacer creer sus visiones/versiones del mundo. En el espacio entre el cuestionamiento, la interpretación y rearticulación de los datos intervienen diversas *mediaciones* (Martín Serrano, 1986, Martín Barbero, 1987, 2001) así como también entre la nueva articulación y producción de estas visiones alternativas. Por ejemplo, la *mediación tecnológica* (Sánchez Ruiz, 1990-1991), en su dimensión expresiva, amplía o reduce la capacidad expresiva de los actores sociales, quienes en este caso, a partir de la apropiación de la tecnología del video, se forman como nuevos sujetos de comunicación dentro de un paradigma donde el receptor se convierte en emisor de estos discursos alternativos, y es capaz de incidir en el nivel micro, meso y/o macro social, generando otras representaciones colectivas, a través de prácticas y de los usos que da a la tecnología del video.

3. Las mediaciones en la producción documental de *Canalseisdejulio*

Un día que fuimos a presentar Zapatistas⁵ al Faro, en ciudad Neza - una parte de la ciudad donde la banda le sufre - el público no se reía, ni hacía ningún gesto. De repente que empieza a llover. Algunos se fueron pero la mayoría se quedaron allí sentados hasta que se terminó el documental pero cuando se terminó, casi nadie dijo nada. Entonces yo me quedé pensando, qué había pasado, si les había gustado o qué. Después La Jornada hizo unas entrevistas a la gente sobre el documental y un chavo contestó que él no sabía que en su país estaba pasando eso.

Mario Viveros, realizador-editor

Para Martín Barbero, la “cultura es la mayor mediación de todos los procesos sociales” (Orozco, 1996, p.115) pero afirma que además existen cuatro “mediaciones

⁵ En este documental el periódico *La Jornada* y *Canalseisdejulio* presentan una crónica de 10 años del movimiento zapatista, desde antes de la irrupción pública del Ejército Zapatista de Liberación Nacional [EZLN], el primero de enero de 1994, hasta la desaparición de los *Aguascalientes* y la creación de los *Caracoles* en agosto de 2003. La primera parte incluye imágenes de la guerra entre el EZLN y el Ejército Mexicano, entrevistas exclusivas con el *Subcomandante Marcos* y otros comandantes zapatistas, y la intensa militarización en el estado de Chiapas. El segundo video aborda el tema de los grupos paramilitares con el trágico desenlace de la matanza de Acteal y las movilizaciones pacíficas convocadas por los zapatistas, como la caravana que culmina en marzo del 2001 con el Zócalo totalmente lleno y la presencia de la comandancia del EZLN en la Cámara de Diputados. A lo largo del documental aparecen imágenes inéditas de la resistencia, sobre todo de las mujeres de los municipios autónomos contra el Ejército Mexicano, para finalizar con la fiesta para celebrar la creación de *Caracoles* y las juntas de buen gobierno en 2003.

comunicativas –socialidad, ritualidad, institucionalidad y tecnicidad-“(Martín Barbero, 2001, p.33) que se manifiestan en “prácticas concretas” (Orozco, 1996, p.115):

La *socialidad*, “ nombra la trama de relaciones cotidianas que teje la gente al juntarse y en la que anclan los procesos primarios de interpelación y constitución de los sujetos y las identidades” (Martín Barbero, 2001, p.35).

La *tecnicidad*, “ más que a aparatos, nos remite al diseño (Piscitelli, 1992, 1995) de nuevas prácticas, y más que destrezas, la tecnicidad es competencia en el lenguaje (Piccini, 1988)” (Martín Barbero, 1999, 37).

La *institucionalidad* es una mediación espesa de intereses y poderes contrapuestos que ha afectado, y sigue afectando, en especial la regulación de los discursos que, de parte del Estado, busca dar estabilidad al orden constituido y, de parte de los ciudadanos -mayorías y minorías-, buscan defender derechos y hacerse reconocer (Martín Barbero, 2001).

La *ritualidad*, “que está relacionada con las rutinas –repetición de ciertas prácticas que por definición envuelven una cierta rutina” (Orozco, 1996, p.115) puesto que cualquier comunicación o intercambio sólo dura si toma forma, pues todo movimiento que no sea mero estallido o agitación produce regularidades y ritmos. La ritualidad es lo que en la comunicación hay de permanente reconstrucción del nexo simbólico: a la vez repetición e innovación, anclaje en la memoria y horizontes abiertos. Esto implica, de parte de los medios, una cierta capacidad de poner reglas a los juegos entre significación y situación (Martín Barbero, 2001).

Si mirada desde la socialidad, la comunicación se revela como cuestión de fines -la constitución del sentido y del hacerse/deshacerse de la sociedad-, mirada desde la institucionalidad la comunicación se convierte en cuestión de medios, esto es de producción de discursos públicos cuya hegemonía se haya hoy paradójicamente de lado de los intereses privados (Martín Barbero, 2001, p.37).

Canalseisdejulio es una organización con formas institucionalizadas porque se les reconoce jurídicamente como Asociación Civil [con derechos y obligaciones] dentro

un marco legal que permite formar libremente un grupo de personas para producir discursos audiovisuales y hacerlos públicos. Desde este marco legal, las asociaciones civiles pueden disponer de tecnología, herramientas y métodos de trabajo propios y se les concede un grado determinado de libertad a la hora de decidir el destino de sus productos [que en ocasiones suele ser coartada por la censura, como se expone en el apartado, 3.6.2].

Martín Barbero (1992) puntualiza que el paradigma de la mediación va permitir articular el análisis de las *formas institucionales* que revisten a la comunicación en las diferentes formaciones sociales, con el de las lógicas que rigen la organización de la producción cultural y la dinámica específica de los usos sociales de los medios y las tecnologías.

Las mediaciones que intervienen en el proceso de producción social del sentido que se lleva a cabo en *Canalseisdejulio* se manifiestan en prácticas concretas que en su conjunto representan una serie de estrategias de producción alternativa en el marco de un contexto donde predomina la falta de regulación de las innovaciones tecnológicas en el ámbito de las comunicaciones y de los contenidos mediáticos, así como el control gubernamental sobre la circulación de los productos comunicativos y la concentración del espacio informativo audiovisual por dos empresas privadas de televisión que transmiten en señal abierta. Entonces, *Canalseisdejulio* ha aprendido a hacer alianzas, a negociar y a desarrollar sus fórmulas autónomas de producción, difusión y distribución con el propósito de participar en el contendiente proceso de dominación simbólica por la dirección política y cultural del país, en el campo de los medios que producen comunicación audiovisual y legitiman sus versiones de la realidad social.

3.1 La mediación tecnológica

Los integrantes de *Canalseisdejulio* al involucrarse en el proyecto han desarrollado una capacidad reflexiva sobre las problemáticas de la realidad social, la cual ha facultado su formación como sujetos con iniciativas individuales concretas para intervenir en el espacio de la comunicación audiovisual. Estas iniciativas en gran parte se han hecho posibles a partir de la suma de habilidades y competencias que han adquirido al usar distintos soportes tecnológicos. Por ejemplo, con la apropiación de la tecnología del video, los integrantes de *Canalseisdejulio* han desarrollado una capacidad expresiva en

el lenguaje audiovisual y se han configurado como una contrapropuesta de producción al uso comercial que hacen las televisoras de empresas privadas.

En México, los avances tecnológicos cada día van en aumento y adquieren más fuerza en el ámbito de las telecomunicaciones y de las Tecnologías de la Información y Comunicación [TIC]. Por un lado, las empresas televisivas avanzan en el proyecto de la televisión digital. La televisión digital tiene el objetivo de prestar servicios de televisión de alta definición. Esto quiere decir, por ejemplo, que los televidentes podrán disfrutar de imágenes con una calidad de fotografía de 35 mm. [cine] y un audio equiparable al CD. Por otro lado, la convergencia tecnológica es un hecho concreto en el país por la Triple Play [televisión, telefonía e Internet]. Con esta convergencia tecnológica, las compañías de televisión y/o de telefonía [*Televisa, TV. Azteca, Telmex, Telcel, etc.*] podrán ofrecer el servicio para abaratar costos y hacer la interacción entre los tres medios del Triple Play.

Para Raúl Trejo Delarbre (2006) la revolución tecnológica que es posible gracias a la digitalización de los contenidos y a su imbricación con las telecomunicaciones abre prometedoras opciones de información, socialización e interacción para el desarrollo del país. Para el autor, más contenidos en menos espacio, quiere decir una ampliación radicalmente significativa de las posibilidades de información, educación y entretenimiento. Pero eso sólo ocurrirá si se evita un modelo que condensa privilegios, ya de por sí concentrado en el ámbito de las comunicaciones y si a la tecnología se le reconoce como un instrumento que ofrecerá resultados de acuerdo con la intencionalidad, la planeación y las políticas públicas con que se le utilice.

Sin embargo, en este país la falta de regulación representa el problema más grave sobre el advenimiento tecnológico y las comunicaciones. Por ejemplo, el régimen jurídico que supervisaba el desempeño de la radio y la televisión estaba sujeto a una ley que no había sido modificada por más de 40 años. Y aunque a partir del 1 de diciembre del 2005 en la Cámara de Diputados se aprobaron una serie de reformas a las leyes federales de *Telecomunicaciones y de Radio y Televisión*, la iniciativa está plagada de inconsistencias jurídicas.

Trejo Delarbre (2006) afirma que con esta iniciativa, la innovación tecnológica, en vez de propiciar mayores opciones de contenidos, acceso e interactividad para la sociedad mexicana, se convierte en una fuente de mayores negocios para las empresas de comunicaciones. Sostiene que desde julio de 2004, por decisión del gobierno federal, los concesionarios que así lo solicitaron disponen de una frecuencia adicional a la que ya tenían para, en ella, emprender transmisiones de televisión digital. Ese canal se asigna de manera temporal pero la iniciativa no establece los procedimientos para que dichos concesionarios, una vez cumplida la transición a ese modelo de televisión, regresen al Estado la frecuencia adicional, por lo que a falta de tales reglas los concesionarios podrían quedarse con el doble de las frecuencias de las que hasta hace poco disponían. Asimismo, las posibilidades de la convergencia tecnológica, sin una regulación precisa, serían principalmente aprovechadas por las grandes empresas de televisión, especialmente por *Televisa*. Por ejemplo, según Trejo Delarbre (2006), la propuesta de reforma legal que aprobaron los diputados establece que, por esa utilización adicional del espacio radioeléctrico, las empresas de televisión no estarían obligadas a pagar un monto adicional a diferencia de lo que han tenido que hacer, por un aprovechamiento similar, las empresas de telefonía. La posibilidad de que a las televisoras se les exente del pago por esa prestación podría ascender a varios miles de millones de dólares. Además, el aprovechamiento de la concesión para esos servicios adicionales debería ser motivo de licitación abierta.

Por otra parte, en dicha iniciativa a la Comisión Federal de Telecomunicaciones se le asigna la tarea de adjudicar concesiones de radio y televisión. Para Trejo Delarbre (2006) la propuesta para el otorgamiento de concesiones se somete al poder dinero, ya que en los criterios para ese otorgamiento el único que se propone como obligatorio es la “contraprestación económica” que los interesados ofrecerían por el privilegio de administrar una frecuencia de televisión o radio; el proyecto de programación, la experiencia y la calidad anticipadas por el solicitante no serían necesariamente evaluadas. Además, el proyecto aparentemente promueve la producción nacional independiente pero, siguiendo al autor (2006), al no definirse ese concepto se deja abierta la posibilidad para que las empresas privadas de televisión les compren a sus propias filiales programas producidos con los mismos criterios que ya conocemos en la radiodifusión mexicana.

Para el director de *Canalseisdejulio* Carlos Mendoza (comunicación personal) la *Ley Televisa* favoreció la concentración y señala que la “tecnología tiende a democratizar y las leyes tienden a monopolizar, esa es la contradicción”. Él menciona:

Todas las leyes tienden a que veamos *Televisa* tarde y noche y que *TV Azteca* se convierta en una filial de *Televisa* para que veamos lo mismo. Entonces, a esa posibilidad que tiene cada vez más la gente de elaborar un discurso, una narración en video habría que acompañarle de lo que decían los legisladores en la Cámara, de una exposición de motivos; qué quieres hacer; ya tienes una cámara de video, una computadora, quieres hacer la boda de tu hermano, el nacimiento de tu hijo, qué quieres comunicar. Y de allí vamos de nuevo al tema de los contenidos. A final de cuentas hay una disputa que han querido disfrazar entre la explicación neoliberal del avance de la humanidad y la otra explicación que ahora no sé cómo se llama, que es la que pretende ubicar ciertos valores humanos, colectivos que suele ser asociada con la izquierda. Entonces es cada vez más fácil elaborar narraciones audiovisuales pero queda menos claro para qué, para quién y ese es un asunto que nos debe preocupar.

(comunicación personal)

Una de las adversidades tecnológicas a las que *Canalseisdejulio* se enfrenta es que requiere de sumas importantes de dinero para el cambio de tecnología de VHS a DVD. Desde el 2005, esta productora presenta sus documentales en el formato DVD y ha implementado la estrategia de vender los videos en formato VHS a un precio más accesible para no quedarse con ese material que genere perdidas.

Por otro lado, los materiales audiovisuales en el formato de DVD ofrecen posibilidades para acceder a otra información. Entre las opciones generalmente se ofrece un material extra en el que se muestran entrevistas con los directores o la elección de idioma. *Canalseisdejulio* ha optado por integrar en un sólo DVD información complementaria acerca del tema que se aborda en el documental. Por ejemplo, propone algunos libros como bibliografía complementaria, entrevistas completas, materiales fotográficos, o incluso agrega demos cortos donde publicita sus próximos videos.

3.2. La difusión de los productos comunicativos

En Canalseisdejulio se produce con tecnología del siglo XXI pero se difunde como si fuera el siglo XI.

Carlos Mendoza

Una vez que se ha terminado un documental aún falta ponerlo a circular para hacerlo del conocimiento público. Sin embargo, se ha invertido poco en planear la difusión. Los esfuerzos de la mayoría de los integrantes de *Canalseisdejulio* se han dirigido principalmente en el proceso de la realización de los documentales, dejando de lado la difusión de los mismos. Otro factor que ha impedido una difusión masiva del trabajo de *Canalseisdejulio* es que los recursos financieros son limitados y no se pueden llevar a cabo grandes campañas publicitarias de sus videos. En su lugar la organización tiene una estrategia de difusión que vincula las exhibiciones de los videos con su distribución. Las exhibiciones y la distribución, a su vez, han hecho posible que los integrantes tengan un encuentro directo con sus públicos, como se aborda más adelante en esta ponencia.

3.3 La distribución

Antes de 1994, los videos de *Canalseisdejulio* no tenían lugares de venta fijos y tampoco había gente dentro de la propia organización que se dedicara a darle seguimiento a las ventas. Los productos se distribuían de forma directa al público y muchos amigos de los integrantes se proponían para venderlos pero los resultados eran diversos. Por ejemplo, la productora Nancy Ventura menciona que “había sobre todo gente que vendía, gente cercana a *Canalseisdejulio* o que simpatizaba con el proyecto. A la gente dispuesta para vender se le soltaba el material y algunas veces se recuperaba y otras veces no”. Después de aproximadamente seis años de la fundación de *Canalseisdejulio*, Nancy Ventura se integró a esta organización con el propósito de diseñar una estrategia de distribución que permitiera colocar los videos en más lugares de venta dentro del Distrito Federal y en otras ciudades del país.

Los videos se colocan en circuitos muy específicos de distribución, resultado de la censura que *Canalseisdejulio* ha tenido que sortear para mantenerse como una productora alternativa de comunicación, puesto que en 1988 les negaron el registro oficial del documental *Crónica de un Fraude*. Sin el registro de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía [RTC] de la Secretaría de Gobernación,

Canalseisdejulio no tiene la autorización necesaria para distribuir y alquilar comercialmente sus documentales. Por lo tanto, la venta de los videos en las librerías ha sido su estrategia de distribución más eficaz, no sólo porque les permite darse a conocer en otros lugares sino vender más y volver con ello más financiable el proyecto, ya que las entradas de dinero por las ventas de los documentales son la base para mantener económicamente al proyecto *Canalseisdejulio*. La propia coyuntura sociopolítica en México, especialmente en 1994, lleva al proyecto *Canalseisdejulio* a reestructurarse internamente y centrar su atención en una forma más efectiva de hacer circular sus productos que contenían problemáticas sociales muy particulares del país, como la aparición pública del EZLN.

3.3.1 Co-producciones con *La Jornada*

Por otro lado, realizar coproducciones con el periódico *La Jornada* es una estrategia a la que *Canalseisdejulio* ha recurrido para tener una distribución masiva de sus productos. Este periódico es un actor clave en la historia de la transformación de una prensa oficialista a una más independiente del gobierno, y menos censurada. *La Jornada* se funda en 1984. Su actual directora Carmen Lira Saade (s/f) plantea que la empresa se conformó con socios artistas, y teniendo como aliados y amigos a figuras destacados de la cultura, lo cual les permitió trabajar sin “compadrazgos políticos”. Es decir que las notas del periódico podían ser escritas con una posición crítica y sin las presiones que los políticos imponen al ser patrocinadores o amigos del periódico. Asimismo, este diario se ha caracterizado por presentar una cobertura noticiosa que ha dado prioridad a las problemáticas sociopolíticas y a los movimientos sociales del país, y su línea editorial se ha definido por una posición de izquierda.

Entonces, *La Jornada* además de darle un respaldo institucional y difusión a la producción de *Canalseisdejulio*, también distribuye los videos en otros puntos de venta. Por ejemplo, con los voceadores en los puestos de periódicos y revistas, lugares que aún no son posibles como centros de distribución para los trabajos de *Canalseisdejulio*, debido a que la mayoría de sus videos no tiene el registro RTC.

3.3.2 La distribución por la página de Internet

La página de Internet es otro recurso tecnológico que *Canalseisdejulio* utiliza como espacio de difusión y distribución. La difusión en el sitio Web ha servido para darse a

conocer principalmente en otros países. No hay un indicador preciso respecto a esto pero según los integrantes de la productora, la mayoría de los usuarios son extranjeros que primero visitan la página, y después, para establecer un contacto con *Canalseisdejulio* les escriben correos electrónicos. Por ejemplo, la productora Nancy Ventura afirma: “De repente nos enteramos que hubo una proyección en España o Francia porque conocieron los materiales por la página” (comunicación personal). Por otro lado, la distribución no ha sido muy exitosa, por lo costoso que resulta enviar los videos a los distintos destinos del interior del país. La asistente de producción Leyda Martínez señala:

Sí llegan muchos pedidos por la página de Internet pero lo que le quita las ventas es el gasto de envío. Generalmente llegan 10 o 15 correos de pedidos diarios que te preguntan: ¿Cuánto cuesta el VHS de la *Matanza de Aguas Blancas*? y nosotros respondemos: cuesta 45 pesos más 60 de gasto de envío. Pero nos piden que les dejemos más barato el gasto de envío, porque según ellos, sale más caro que el video. Sin embargo, no podemos porque eso es lo que a nosotros nos cuesta el servicio de envío, y eso que es la compañía más barata [ríe y exclama].
(comunicación personal).

El sitio web de *Canalseisdejulio* presenta información básica que responde a las preguntas sobre quiénes son, dónde contactarlos para mayor información, cuáles son sus productos, dónde adquirirlos, además de algunas noticias con información sobre asuntos relevantes para *Canalseisdejulio*, como el caso de las notas de denuncia, las cuales hacen referencia a los enfrentamientos de la policía con camarógrafos de la productora. Sin embargo, el continuo avance de las tecnologías advierte que la página está siendo subutilizada, ya que el espacio podría ser más aprovechado haciendo uso de otras posibilidades tecnológicas, como los blogs, los videoblogs, y los foros. Por ejemplo, se podría difundir sus primeras producciones o las de menor venta a través de videoblogs y los usuarios podrían comentarlos o incluso mantener más contacto y retroalimentación de sus públicos, sí los hacen partícipes en un foro de discusión.

3.4 Presentaciones y exhibiciones

Otra de las estrategias que esta productora ha implementado para hacerse difusión se basa en realizar presentaciones y exhibiciones de sus documentales. Las presentaciones

de los nuevos documentales se diseñan en relación al impacto que *Canalseisdejulio* desea generar en la opinión pública y con las ganancias económicas que se quieren obtener con la venta de los videos. Con las exhibiciones de los videos, *Canalseisdejulio* busca nuevos foros y otros públicos. Según José Luis Mariño, las exhibiciones se han realizado en foros diversos y con distintos públicos. Por ejemplo “en ejidos, comunidades campesinas, sindicatos, domicilios particulares, organizaciones ciudadanas, universidades de muchos lugares del país, en espacios públicos, como plazas; calles, jardines, etc.” Asimismo, para Mariño (comunicación personal) las exhibiciones son un espacio ideal para el debate o intercambio de ideas entre los integrantes de *Canalseisdejulio* y los públicos, después de que se muestra un documental.

3.5 Producción para “públicos focales”

Es como si tiraras botellas con mensajes al mar, avientas, 250 botellas, les pones un mensaje adentro y de pronto ¡Zaz!, resulta que alguien sí las recibe del otro lado.

Carlos Mendoza, director

Para Raúl Trejo (2006) la concentración de los medios en pocas manos es una tendencia de la globalización contemporánea y esto tiene un fuerte impacto a la hora de determinar el sentido y los contenidos de la comunicación en todo el mundo. En el contexto mexicano dos empresas privadas concentran la televisión de señal abierta y han adquirido el control del espacio informativo audiovisual. De tal manera que la libre circulación de ideas o las versiones de la realidad distintas a las que se proponen, por ejemplo en los noticieros de *Televisa* y *TV Azteca*, es poco factible. Ante esto, organizaciones civiles como *Canalseisdejulio* han tenido que implementar estrategias de encuentro directo con el público, aunque eso represente poca visibilidad en el espacio público en comparación con la opinión que se genera desde las grandes empresas privadas de comunicación audiovisual.

Para la mayoría de los integrantes de *Canalseisdejulio* esta organización tiene presencia o genera opinión pública en ciertos sectores de la población, muy distintos a las audiencias que se forman con las grandes cadenas de televisión. Los públicos de esta productora son muy diversos, el director Carlos Mendoza (comunicación personal)

señala que el público⁶ de *Canalseisdejulio* “en algún momento es todo el mundo o un sector determinado y en ocasiones casi nadie”.

Los públicos potenciales se pueden definir tomando como punto de referencia los lugares donde más se distribuyen los videos. Muchos de sus videos se mueven en los espacios de las manifestaciones sociales, en las organizaciones civiles, en los centros de investigación o en las universidades, y son comprados principalmente por activistas sociales y académicos [profesores e investigadores].

Un hecho que fortalece la difusión y la distribución de los documentales de *Canalseisdejulio* es que la gran mayoría de los públicos que consumen y compran los videos también se convierten en distribuidores de los mismos. Por ejemplo, el promotor José Luis Mariño plantea que muchas ONG que emplean los videos para realizar tareas, de politización, de difusión cultural, de educación ciudadana, también los distribuyen en las comunidades en las que trabajan.

Por otro lado, una limitante de la difusión y distribución, es que sin la venta de los videos no puede sobrevivir el proyecto *Canalseisdejulio*. Para el director Carlos Mendoza (comunicación personal) “es una desventaja muy grande que *Canalseisdejulio* tenga que invocar a la gente para que le compre un DVD que cuesta más o menos lo de un mes de televisión por cable, que cuesta un dinero que no cuesta la televisión abierta”. La estrategia de *Canalseisdejulio* de producir para **públicos focales**, se define como el hecho de considerar la relación triádica entre la difusión, la distribución y el público que consumirá los productos. Esta estrategia es lo que en gran parte ha soportado el trabajo permanente de la organización.

3.6 Problemas por resolver: en el proyecto *Canalseisdejulio*

La gran mayoría de los proyectos que nacen de las iniciativas ciudadanas con el propósito de intervenir en los procesos de transformación social, se enfrentan a problemas de diversa índole. En este caso, las productoras alternativas de comunicación

⁶ La recepción de los productos de *Canalseisdejulio* no es cuestión de esta investigación pero constituye un tema interesante que adquiere relevancia para seguir investigándose en futuros trabajos. Algunas preguntas relevantes para seguir con la investigación son: ¿Quiénes consumen los documentales de *Canalseisdejulio*? ¿Por qué? ¿Qué significa para estos sujetos adquirir un video de dicha organización? ¿Qué hacen con los documentales después de verlos? ¿Qué impacto tiene los videos en la vida cotidiana de quien los compra? etc.

audiovisual para sortear algunos de los problemas, se ven obligadas a mantener permanentemente un diagnóstico de su situación financiera, de sus recursos técnicos y humanos, una vigilancia y evaluación de sus contenidos, así como, una negociación con otros actores sociales y con las figuras jurídicas.

3.6.1 La relación de *Canalseisdejulio* con otros actores sociopolíticos

El proyecto de *Canalseisdejulio* surge y se estructura como un grupo de producción audiovisual “alternativo” y por lo tanto sus alianzas han sido con los grupos sociales [movilizaciones ciudadanas: de derechos humanos, sindicatos de trabajadores, profesores y estudiantes] que buscan cambios para mejorar su situación política y económica. Esta ha sido la causa principal para que a *Canalseisdejulio* se le identifique con etiquetas partidista de izquierda.

Actualmente los integrantes de *Canalseisdejulio* afirman que no tiene vínculos con ningún partido de izquierda, aunque en sus orígenes haya participado de cerca al nacimiento del PRD, Carlos Mendoza señala:

Al principio a lo mejor nosotros fuimos responsables y nos metimos en las patas de los caballos. En el 88 cuando surgimos no existía el PRD y había un movimiento muy amplio. Se empezaba a hablar del PRD y a nuestros primeros materiales les pusimos propaganda del PRD. Esto tenía una razón, se lo pusimos para salvar el acoso de la Secretaría de Hacienda. Lo que iba a ser el PRD era un movimiento muy amplio en el que creímos que podíamos caber, tampoco nos chocaba tanto la idea de formar parte de ese movimiento, pero ya cuando se empieza a formar el partido a imagen y semejanza del PRI, de los partidos formales de México, en ese momento, nosotros nos hacemos a un lado. Sin embargo, alguna gente que nos criticaba solía decir que éramos del PRD. Ya cuando empezamos a hacerle críticas muy severas a Cárdenas, desde 1993 pero sobre todo en 1995, el que siga creyendo que nosotros somos del PRD es que está desinformado. Porque incluso estamos enemistados con el PRD, les hemos hecho críticas que ellos no admiten a Cárdenas, López Obrador y muchos militantes del PRD.

(Carlos Mendoza, director, comunicación personal)

Canalseisdejulio en la contienda por “hacer ver y hacer creer su visión del mundo” (Bourdieu, 2002) forma alianzas con diversos grupos sociales y organizaciones de medios que también se identifican con su forma de leer/cuestionar la realidad social, como es el caso de la productora audiovisual *Promedios de Comunicación Comunitaria*, la revista *Zócalo*, y el periódico *La Jornada*. El director Carlos Mendoza menciona algunos casos en los que *Canalseisdejulio* busca hacer alianza con otros medios:

Hay una identificación que a veces es circunstancial o temporal. Ha habido temporadas en las que estamos muy cerca de la comunidad defensora de derechos humanos, también estuvimos muy cerca de sectores muy amplios del PRD o te involucras, por ejemplo, con una cosa tan lejana para nosotros como lo era el movimiento Navista⁷ en San Luis Potosí en 1991, un movimiento esencialmente conservador. De pronto una coyuntura nos acerca a un sindicato muy importante.

(comunicación personal)

3.6.2 La censura o el lenguaje normatizado del país

Cualquier clase dominante que desee consolidar su hegemonía necesita desplegar una lengua nacional que oriente la generación de fórmulas expresivas, de creaciones individuales que se socializan y del sentido común. Para ello, se requiere de un lenguaje normatizado que puede no estar escrito, pero que se construye, se socializa y se afirma en los sistemas de comunicación, de enseñanza, de control en general (Paoli, 1984).

⁷ En 1958 en el estado de San Luis Potosí se formó el *movimiento cívico Navista* con la iniciativa del Doctor Manuel Nava, participó un significativo esfuerzo estudiantil de la Universidad Autónoma Potosina frente a los intentos de control del centro de estudios por parte del cacique regional de Gonzalo N. Santos. Dos años más tarde, después del fallecimiento de Manuel Nava, el Dr. Salvador Nava integró la Federación de Profesionistas e Intelectuales del estado de San Luis Potosí [FPI] y se postuló como candidato independiente a la presidencia municipal de la capital, en fuerte lucha contra el cacicazgo de Gonzalo Santos. Poco más adelante el sector obrero y los ferrocarrileros, así como otros grupos priístas, integrantes de la Unión Nacional Sinarquista, del Partido Acción Nacional y del Partido Comunista se sumaron a este movimiento. En 1991, la Coalición Democrática Potosina [CDP] integrada por diversas organizaciones ciudadanas y partidos políticos, postuló al Dr. Nava como candidato a la gubernatura del estado. Un rasgo siempre presente en el navismo fue la invención multifacética de formas de lucha y resistencia, estrechamente ligadas a los sentimientos populares: el canto del himno nacional con las manos en alto con la "v" de la victoria, la toma de protesta simbólica al Dr. Nava en una Plaza de los Fundadores repleta el mismo día que Carlos Salinas tomaba la protesta a Fausto Zapata, el candidato oficial electo para la gubernatura del estado en 1991, en un auditorio cerrado, etc. (Reygadas, s/f).

Este lenguaje normativizado en el país se ha construido con base en la estrategia de la calificación positiva, descalificación u omisión de ciertos discursos que las principales televisoras hacen circular diariamente. Por ejemplo, en cualquier enfrentamiento de la ciudadanía con los gobiernos, es frecuente que en los telediarios las acciones de la policía y de los gobernantes sean valoradas como positivas al ser mencionadas como necesarias para mantener el estado de gobernabilidad. Por ejemplo, durante los primeros días de mayo de 2006 acontecieron varios enfrentamientos entre la policía y los pobladores de San Salvador Atenco, Estado de México. Al respecto, los telediarios construyeron un discurso noticioso que señalaba la necesidad de realizar un operativo militar para restablecer el orden y proteger el estado de derecho de los pobladores. Los telediarios al presentar de esa forma las noticias contribuyeron a crear representaciones de un gobierno con una imagen positiva, ya que éste intervino con acciones militares para proteger a otros. Asimismo, ayudaron a construir representaciones de los pobladores de Atenco pero con una valoración negativa, ya que en las noticias se presentaron imágenes que mostraban a los campesinos agresivos que atacaban a la policía. Y en los espacios televisivos fue omitida la versión de los pobladores de Atenco sobre los hechos.

Otra forma de construir el lenguaje normativizado del país es la censura y la prohibición de ciertos modos de hacer crítica en otros medios que no tiene relación con el gobierno. Por ejemplo, la productora Nancy Ventura señala que durante el Salinato⁸ no se les permitía cubrir ningún evento oficial.

Cristina Romo señala que “cualquier experiencia o práctica social que implique avances en la concientización del pueblo, trae consecuencias de tipo político y social” (1990, p.101). Una de las consecuencias en la experiencia del proyecto de *Canalseisdejulio* es que a lo largo de su historia, su trabajo ha estado muy ligado al problema de la censura. Esta cuestión ha estado presente desde la no inserción de sus documentales en la televisión hasta las restricciones legales que se les marcan a la hora de decidir y planear la distribución de sus videos. Por ejemplo, no todos los documentales son bien recibidos en las librerías; Miguel Álvarez, el encargado de la

⁸ Nancy Ventura menciona al Salinato haciendo referencia al sexenio presidencial de Carlos Salinas de Gortari que fue de 1988 a 1994.

distribución, señala que depende mucho del tema que se trata en el documental si se hace la venta en firme o se reciben a consignación en las librerías. Miguel menciona el siguiente ejemplo:

Muchas veces los proveedores son de ciertos partidos o pertenecen al gobierno, como es el caso de *Educal*, que pertenece al gobierno federal; y me han tocado que los videos no los aceptan porque los temas van enfocados a hacer crítica al gobierno. Por ejemplo, *Aventuras en Foxilandia* en librerías *Educal* no tengo ninguno a la venta, solamente *Gandhi* me lo aceptó pero muy poco, fue solamente un pedido de 100 videos y ya no me lo volvió a pedir. A mi sí me desconcierta, porque se supone que desde hace mucho tiempo tenemos el derecho de libre de expresión pero hay ciertas cosas que sí no nos toleran y dicen que en este momento no se puede recibir los documentales por la misma situación de que los jefes trabajan en el gobierno. Por ejemplo, en *Educal Aeropuerto* se seleccionaron temas exclusivamente que no hablan de política y me admiten nada más 2 documentales, *Tlatelolco* y *Zapatistas*, que porque los jefes llegan al aeropuerto, entonces muchas veces checan y ven que tipo de videos tienen y eso impide que nosotros podamos distribuir en esa librería nuestras colecciones.

(Miguel Álvarez, distribuidor, comunicación personal)

3.6.3 Permanencia y financiamiento

El proyecto de Canalseisdejulio permanece por la tenacidad profesional de sus miembros, además la circunstancia de nuestro país da para eso y más.

Bernardo Ezeta

En el proyecto neoliberal, la prioridad es la acumulación de riquezas y la competencia en un libre mercado. Es por ello que cualquier empresa, organización o proyecto que desee sobrevivir en este sistema debe ser autosustentable económicamente, es decir contar con los recursos monetarios suficientes para producir o realizar sus actividades y a su vez, seguir acumulando más y más capital. Visto desde esta perspectiva, *Canalseisdejulio* cuenta con recursos monetarios suficientes para producir pero con muchas limitaciones que se traducen en constante rotación de personas, ventas

restringidas, difusión coartada, poca infraestructura, recursos técnicos y materiales reducidos.

Para la mayoría de los integrantes, en *Canalseisdejulio* se sigue produciendo principalmente por dos razones. La primera es por el propio trabajo que caracteriza a sus documentales, el informar o denunciar aspectos críticos de la realidad social y que de alguna manera, estos productos se siguen consumiendo por un público. Para el camarógrafo Pablo Ramos el público es quien demanda que en el espacio público se difundan otras informaciones:

Creo que la gente sí siente una necesidad de la información que no le presentan otros medios, información a la que no tiene alcance tan fácilmente. Al ver que una productora está presentando todos esos temas que son de su interés y que no lo tiene contemplados en los medios informativos es por eso que esa gente mantiene activa la producción de *Canalseisdejulio*.

(comunicación personal)

La segunda razón por la que *Canalseisdejulio* se mantiene es por el grado de conciencia política que cada uno de los integrantes tenía antes de ingresar a *Canalseisdejulio* y ha ido adquiriendo con mayor fuerza dentro de la organización para seguir participando en estas actividades de acción colectiva. Roberto Vázquez menciona:

Se sobrevive por el empeño que todos le damos. Sabemos que hay limitaciones pero por el gusto de hacer estos documentales, es lo que nos motiva a seguir. Si se tratara de dinero yo no hubiera aguantado 9 años. Por ejemplo, a mi me tocó entrar a *Canalseisdejulio* en un etapa donde apenas se sobrevivía; donde se tenía que tocar puertas en cada librería a ver si aceptaban nuestro material. Yo creo este trabajo, es lo que nos motiva a continuar a pesar de que sí no es muy redituable pero creo que todos los integrantes tenemos la disposición para que el proyecto continúe.

(Roberto Vázquez, animador-editor, comunicación personal)

3.6.3.1 La necesidad de una figura mercantil y una no-dependencia de patrocinios

Susana Velleggia (en Getino, 1996) sostiene que ante la carencia de apoyos estatales y la ausencia de la iniciativa privada que se interesara por los productos audiovisuales, los grupos de video con fines sociales han encontrado nuevas vías y modalidades para financiar sus proyectos. Entre estas nuevas fuentes se encuentran sectores eclesiales, principalmente católicos, fundaciones extranjeras, o los mismos grupos organizados como cooperativas. El proyecto de *Canalseisdejulio* como la gran mayoría de los grupos de videos con fines sociales, inició sus actividades bajo un proceso de crisis política-económica y de censura pero esas mismas circunstancias le impusieron la apertura de nuevas vías de financiamiento. El director Carlos Mendoza sostiene que *Canalseisdejulio* recibió, principalmente en los primeros años del proyecto, algunos financiamientos de grupos católicos. Afirma:

Nunca nos hemos definido como un grupo católico pero hemos tenido cerca a gente del movimiento católico que respeta nuestro trabajo y hemos recibido dos o tres financiamientos. Esto nos ayudó a flotar pero hemos sido renuentes a pedir cualquier clase de financiamiento porque si no, te financia todo el mundo y sobrevives gracias a los patrocinios. Yo nunca he pedido ingresar al sistema nacional de creadores, nunca he pedido una beca al Conaculta. Recibí la beca Rockefeller en el 2000 y el premio McArthur de la Nacional Video Resources. Creo que son apoyos que te ganas, me propusieron por mi trayectoria; y ese dinero ya te lo ganaste, no tienes que demostrar nada, haces lo que quieras. Entonces es una beca que me ayudó a hacer *Tlatelolco*, y a equiparnos, en eso me gasté gran parte del dinero. Nosotros queríamos medirnos con la realidad y tenemos cerca de 10 años que no recibimos ningún tipo de financiamiento; fuera del que yo recibí con la beca, que fue para mi, *Canalseisdejulio* no ha recibido nada y está a raíz de “vendes-vives”, te ven-vives, no te ven-no vives.

(Carlos Mendoza, director, comunicación personal)

Asimismo, para ofrecer otros productos audiovisuales en el mercado, *Canalseisdejulio* tiene una comercializadora que es *Nancy Ventura*. Ella misma menciona que esta comercializadora es una figura mercantil a la que *Canalseisdejulio* recurre porque como Asociación Civil no pueden tener venta consecutiva, para ello, requiere de una figura comercial con la que pueda vender y facturar algunos trabajos más comerciales.

4. Participación ciudadana y otros espacios de comunicación

El proyecto *Canalseisdejulio* ha logrado una permanencia y el reconocimiento como una productora alternativa en un contexto donde son muy pocas las propuestas de producción audiovisual con fines sociales [prácticas de denuncia y contrainformación política] en los espacios urbanos. Las exhibiciones han hecho posible que los integrantes tengan un encuentro directo para debatir e intercambiar ideas con sus públicos en espacios públicos de diversos lugares del país, como plazas, calles, jardines, universidades, etc. Asimismo, los videos y su distribución en Internet potencian el intercambio de información y la discusión de ideas sobre las problemáticas sociales en un *espacio público expandido* caracterizado por la circulación acelerada de imágenes que se encuentran con espectadores que no se colocan en circuitos de audiencias fácilmente identificables, como circunscriptas a espacios nacionales, regionales o locales, pero donde emergen con más fuerza discursos transnacionales de movimientos ciudadanos comprometidos con el medio ambiente, con los derechos jurídicos de la mujer, con las minorías, con los derechos humanos, etc; que con frecuencia se apoya en la autoridad moral de los refugiados, los exiliados y los grupos desplazados (Appadurai, 2001). No obstante, queda pendiente preguntarse ¿cómo y cuáles son los sujetos de comunicación, las dinámicas de producción y las formas de recepción que se están generando en un *espacio público expandido*?

Además habría que explorar en las experiencias de la participación ciudadana que está emprendiendo acciones a nivel local, en medios independientes [radio, Internet, televisión], en medios universitarios o canales de televisión con una producción local, que tratan de democratizar las pantallas de televisión al crear una interlocución directa con sus receptores, o bien proponer telediarios en que los contenidos noticiosos dejen de representar los intereses de una clase política o de un gobierno para representar a diversos ciudadanos con sus problemáticas, demandas, exigencias, y derecho a participar en la toma de decisiones para la transformación social del país.

LISTA DE REFERENCIAS

Appadurai, A. (2001). La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

- Bourdieu, P. (2002). *Pensamiento y acción*. Buenos Aires: Libros del Zorzal.
- Canalseisdejulio. (2006). *Mil horas de memoria histórica* recuperado el 24 de junio de 2006 en <http://www.Canalseisdejulio.com>
- Castells, M. (1999). *La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. El poder de la Identidad*. Vol. II. España: Siglo XXI.
- Getino, O. (1996). *La tercera mirada. Panorama del audiovisual latinoamericano*. Buenos Aires: Paidós.
- Habermas, J. (1994). *Historia y Crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- , J. (1990). Tareas de una teoría crítica de la sociedad en *Teoría de la acción comunicativa II. Crítica de la razón funcionalista*. Buenos Aires: Tauros. 527-542.
- Lira Saade C. (s/f) La sociedad en el espejo de las princesas. Recuperado el 15 de febrero de 2006 en <http://www.jornada.unam.mx/info>
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*, Gustavo Gilli, Barcelona.
- , J. (2001). Deconstrucciones críticas. Nuevos itinerarios de la investigación. En Vasallo de Lopes, M.I. y Navarro Fuentes, R. (Comps). *Comunicación, Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. 15-42.
- Martín Serrano, M. (1986). *La producción social de la comunicación*. Madrid. Alianza Universidad Textos.
- Orozco Gómez G. (1996): *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Universidad Iberoamericana, México.
- Orozco, G. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Norma.
- Paoli, A. (1984). *La lingüística en Gramsci, teoría de la comunicación política.*, Puebla. México: Premia editora.
- Reguillo Cruz, R. (2002). *Cuatro Ensayos para pensar la cultura y comunicación contemporánea*. México: Universidad Iberoamericana.
- Romo, C. (1990). *La Otra Radio. Voces débiles, voces de esperanza*. México: Fundación Manuel Buendía, A.C. Instituto Mexicano de la Radio.
- Sánchez Ruiz, E. E. (1990-1991). Apuntes sobre una metodología histórico-

estructural (con énfasis en el análisis de medios de difusión) en *Comunicación y Sociedad*. 10-11. 11-50. México: Universidad de Guadalajara.

Trejo Delarbre, R. (2006): *Televisa y el pensamiento único*. Conferencia ofrecida en el seminario sobre las reformas a las leyes de telecomunicaciones y radiodifusión organizado por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación y el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM. Recuperando el 9 de septiembre de 2006 en <http://raultrejo.tripod.com/RTD%20AMIC%20UNAM%20febrero%202006.htm>.

Videored. (1991, Julio-Septiembre). El video siempre es una cuestión colectiva”. Informe especial sobre el video en México. *Revista del audiovisual latinoamericano*. 4 (12), Perú: IPAL Instituto para América Latina.

Fechas de las entrevistas realizadas a los integrantes de *Canalseisdejulio*

- Director-realizador: Carlos Mendoza, abril 2006
- Productora: Nancy Ventura Ramírez, abril 2006
- Realizador/editor: Mario Viveros, abril/Mayo 2006
- Editor/creador de la animación: Roberto Vázquez, enero 2005/abril 2006
- Asistente de producción/distribuidora: Leyda Martínez, abril/agosto 2006
- Distribuidor: Miguel Álvarez, enero/abril 2006
- Narrador: Bernardo Ezeta, /mayo 2006
- Camarógrafos: Pablo Ramos y Paola Amaro, abril 2006
- Divulgador y promotor: José Luis Mariño, abril/mayo 2006