

La Asociación Brasileña de Video Popular (ABVP) y la democratización de los medios de comunicación

por Caetano Scannavino, Coordinador General de la ABVP

Las actividades de la ABVP

Sigue la alianza entre el poder y los medios de comunicación

Es indispensable democratizar los medios de comunicación

La Asociación Brasileña de Video Popular (ABVP) es una entidad privada sin fines de lucro que tiene como objetivo principal el fortalecimiento del video en el contexto de los movimientos sociales. Creada en 1984, reúne actualmente cerca de 300 asociados comprometidos en la utilización social de la imagen videográfica y la evolución de experiencias alternativas en el área de la comunicación. Abarca TVs Comunitarias (o las 'TVs de la Calle'), ONGs, productores independientes, investigadores etc. La ABVP está formada por cinco coordinaciones regionales - sur, sureste, centro-oeste, nordeste y norte - cubriendo prácticamente todo el territorio nacional.

Las actividades de la ABVP incluyen cuatro tareas principales:

1. Capacitación - es decir la realización de talleres de introducción y de especialización dirigidos hacia los movimientos sociales.
2. Distribución - reuniendo y distribuyendo cerca de 500 producciones de videos populares y alternativos a través de una distribuidora central y 22 videotecas estatales.
3. Información - a través de la realización de seminarios, la edición bimensual del boletín 'Video Popular' y del mantenimiento de una red nacional de telemática para facilitar el intercambio de informaciones entre los asociados productores y colaboradores.
4. El apoyo a la producción - a través de la implementación de cinco centros de comunicación popular con sede en cada región con equipamientos profesionales de edición atendiendo a las demandas de los movimientos sociales para la producción de videos.

Las amplias actividades en estos cuatro ejes de trabajo sin duda han podido reforzar el papel de la ABVP ante la opinión pública configurándola como actor político con gran potencial de articulación en torno a la problemática de comunicación.

La democratización de los medios de comunicación fue tema de los seminarios nacionales de la ABVP en los últimos años procurando levantar propuestas que pudieran impedir los monopolios de comunicación y garantizar una utilización más colectiva y pública de los medios de comunicación. En Brasil la comunicación social siempre dependía de las reglamentaciones del estado. La industria cultural todavía guarda la herencia autoritaria de los gobiernos que le daban soporte. La alianza entre el poder, sea político o económico, y la información es una práctica histórica. Solo para tener una idea, de los 503 diputados federales, 108 son propietarios de canales de radio o televisión.

La ABVP juntamente con otras entidades forma parte de la Coordinación del Foro Nacional por la Democratización de los Medios de Comunicación (FNDC), que está intensificando el debate público acerca de esta problemática lo cual entre otros aspectos condujo a presentar un Proyecto de Ley de Información Democrática ante el Congreso. Una exigencia central de este Foro es el establecimiento de un sistema de comunicación público que no sea privado ni estatal para así disponer de un espacio propio de expresión y debate

de la sociedad civil. Este concepto se basa también en el desarrollo de medios alternativos que faciliten la creación de un nuevo saber de comunicación masiva y que consolide principios fundamentados en la justicia social, el ejercicio de la ciudadanía y el fortalecimiento de sus diferentes identidades culturales. Se postula un nuevo discurso que valore la solidaridad y la participación social en contra del discurso predominante de los monopolios privados de comunicación que privilegian una visión individualista.

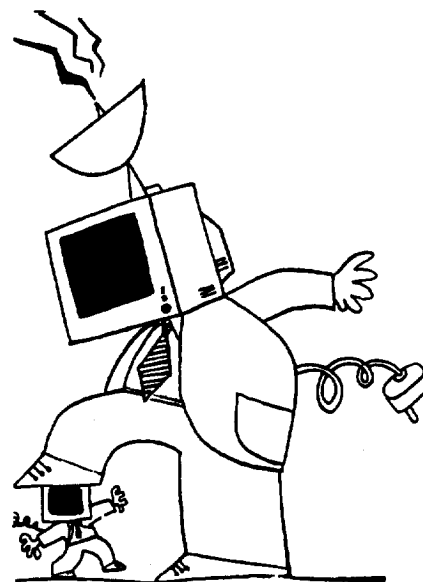
En los últimos años - sea por no tener acceso a la programación de los canales habituales, sea por la necesidad de establecer una identidad propia - diferentes sectores de la sociedad civil establecieron sistemas alternativos de comunicación. Eso es el caso de las experiencias de video popular que surgiendo del contexto de los movimientos sociales se cristalizaron en gran parte en espacios abiertos. Al contrario de la TV privada que se difunde individualmente en el universo doméstico, el video popular prefiere los espacios públicos, donde la población reunida participa directamente en la exhibición. A través de la difusión en las calles o en las plazas, con cámara abierta de producciones que expresan de forma transparente la vida local o contenidos de interés social, el video popular está consiguiendo consolidar una nueva dinámica de comunicación. Son las llamadas 'TVs de Rua' brasileñas (TV de la Calle) como TV Viva (en Pernambuco), TV Maxambomba, Bem TV y TV Maré (las tres en Río de Janeiro) o TV Mocoronga (en la Amazonía) y otras.

El derecho a la emisión por un canal abierto de baja potencia constituiría el doble desafío para los productores de video popular: concebir un modelo de TV democrática combinando la participación popular directa (TVs de la Calle) e indirecta (canal abierto) y al mismo tiempo luchar por la audiencia por estar más integrada en la comunidad local permitiendo el libre acceso a realizadores independientes, ONGs y movimientos sociales. Combinar la TV de la Calle con el canal abierto es la propuesta de 'TV Popular' que está siendo discutida por la ABVP. Todavía más atrevida es la idea de constituir una red nacional de TV populares interconectando estas emisoras por un link de satélite. Para alcanzar este inmenso desafío hay todavía un largo camino a correr. Pero lo importante es que el modelo de TV democrática que está siendo concebida colectivamente parte de un movimiento articulado y organizado a nivel nacional - un movimiento que es capaz no sólo de ejercer presión por el derecho a la comunicación democrática sino también a lanzar propuestas concretas para el ejercicio de este derecho.

ABVP - Associação Brasileira de Vídeo Popular
 Rua Treze de Maio, 489
 01327 São Paulo, SP, Brazil
 Fax (55-11) 287-2259

El video popular dialoga directamente con el público

El sueño de una red de TV populares



Created in 1984, the Brazilian Association of Popular Video today has 300 affiliates such as the "TV of the Street", independent producers, NGO's, researchers etc. The Association is active in four main fields: training, distribution, information, and production support. These wide-ranging tasks have strengthened the role of the ABVP as a nation-wide forum for independent video-initiatives. Together with other pressure groups, the ABVP coordinates the "National Forum for the Democratization of the Media" which aims at breaking with the alliance between political power and the media. In this context, it should be remembered that at present from 503 Brazilian congress deputies, 103 are owners of radio or television stations. Therefore, the ABVP promotes the idea of a 'law of democratic information' offering the possibility of a public TV open to the different groups of the civil society.

Fondée en 1984, l'Association Brésilienne de Vidéo Populaire (ABVP) comprend aujourd'hui 300 membres tels la "TV de la Rue", des producteurs indépendants, des ONG, des chercheurs, etc. L'Association est active dans quatre secteurs : la formation, la distribution, l'information et l'aide à la production. Ces très larges domaines d'intervention ont renforcé le rôle de l'ABVP en tant que forum national pour les initiatives de vidéo alternatives et indépendantes. Avec d'autres groupes de pression, l'ABVP coordonne le "Forum National pour la Démocratisation des Médias", qui veut briser l'alliance de fait entre le pouvoir politique et les médias, dans un pays où 103 des 503 députés au Parlement sont propriétaires de stations de radio ou de TV. C'est pourquoi l'ABVP promeut l'idée d'une "loi sur l'information démocratique" en faveur d'une TV de service public ouverte aux différentes composantes de la société civile.

SUMMARY

RESUMEN