

Integración regional y problemas de comunicación: el caso Telesur.  
Alexander Correa Iglesias\*

<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>Los conceptos.....</b>	<b>4</b>
<b>El contexto mediático Latinoamericano.....</b>	<b>9</b>
<b>Venezuela y los medios de comunicación.....</b>	<b>11</b>
<b>Medios de comunicación y nuevo orden comunicacional.....</b>	<b>12</b>
<b>Telesur, el caso.....</b>	<b>16</b>
<b>Los usuarios.....</b>	<b>19</b>
<b>La construcción del mensaje.....</b>	<b>19</b>
<b>La Televisora, los movimientos y la integración.....</b>	<b>21</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>22</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>24</b>

## **Introducción**

Hablar desde la comunicación en América Latina necesita siempre un posicionamiento. Son diversas las tradiciones analíticas que han ganado terreno, otras las que han desaparecido y muy relacionadas todas con la historia del continente. Un problema, por otra parte, depende mucho del tipo de comprensión que sobre el contexto del cual surge se tenga. Este nudo, de cara al mundo, potencia las disciplinas. Ya entonces es caso hablar de instrumental y conceptos, metodologías y problemas. Poco a poco, se va alzando nuestra percepción de proceso con una autonomía peligrosamente ajena. Se nos cae de su relación, se nos vuelve objeto y ya estamos listos para la disección.

En la historia del continente existe una fuerte tradición crítica, hoy además, debemos sumarle una intensión rescate de la noción de socialismo y su reinsertión en el discurso político latinoamericano; si bien es poco, teniendo en cuenta que el concepto de socialismo es tan diverso como su historia misma, al menos nos permite ubicarnos libremente en una de sus tradiciones.

La explosión tan fuerte del pensamiento político revolucionario de los años sesenta, que en

\*Alexander Correa Iglesias es Licenciado en Historia del Arte e Investigador del CIDCC Juan Marinello

menos de una década produjo las bases para una teología de liberación, la descolonización, el subdesarrollo o la dependencia, sacó su tajo también para la idea socialista. Este pensamiento significó un fuerte avance en la ruptura con del reformismo salonero, concebido en una modernidad europea, ajeno a nuestro lugar en el sistema capitalista mundial y dedicado a reclamar para sí la tesis del socialismo en un solo país.

Es en estos años que aparece la noción de *imperialismo cultural* y la comprensión de una estrecha relación entre burguesías nacionales, sistema capitalista mundial, y medios de comunicación. No estaban acaso repletos ya, para la década del cincuenta, nuestros países de *Selecciones* y almanaques mundiales. Cuba, por ejemplo, tenía máquinas norteamericanas en el año 59 con las que se imprimían en tricoma y con capacidad para tiradas de medio y hasta un millón de ejemplares de revistas y periódicos, comics y carteles. Con ellas se imprimían las Selecciones del Rader`s... que consumían un sin número de países latinoamericanos. Este es el momento en el que “representaciones colectivas que no emanan de una base económica (...) tienen la posibilidad de invadir todas las capa sociales. (Mattelart, 1972, 34)

Este es un requisito fundamental para dotar de universalidad al capitalismo mundial y con esto colocar un sistema de dominación basado en la idea de un lugar en una línea de desarrollo. Estos avances en la forma de comprender la situación concreta desnaturalizan la noción de transitoriedad del lenguaje político y académico que se pronuncia sobre el subdesarrollo como una forma previa de un proyecto alcanzable.

De esta época son los cantos por el capitalismo nacional y el desarrollo del continente. Al imperialismo cultural esto le resulta tan subversivo como los grupos de izquierda revolucionaria. Si bien es cierto que con el primero puede convivir y el segundo le estorba radicalmente; también es cierto que cuando tuvo la posibilidad de quitar a uno casi siempre eliminó a los dos quitando de en medio la idea del capitalismo nacional con su estado obrerista, su intensión fiscal, y su buen gobierno.

Es por estas razones, que es necesario un posicionamiento, pues podemos ser presas fáciles de las preguntas ya formuladas y caer, mansamente, en dicotomías lineales que no gustan porque casi nada explica.

Una de estas dicotomías parece ser el tema de Telesur. Cuando se revisan los debates en torno a la televisora, que desde enero del 2005 ya aparecen constantemente en periódicos y sitios digitales, la sensación mínima es de no entender cuál es la contradicción que los convoca, la máxima, y la más preocupante, es comprobar un cierre en el universo del discurso donde la posibilidad no dista mucho de la actualidad y donde cada futuro es ya real. La falsa dicotomía entre televisión pública-estatal y medios privados es la antesala para el posicionamiento binario libertad de prensa versus televisora chavista.

Estas discusiones se encuentran todas dentro del “campo teórico que impuso el liberalismo para el debate” y su razón de ser es la de existir para el efecto óptico. El liberalismo, sabemos, construye una dicotomía entre lo privado y lo estatal tipificando supuestos actores

impermeables los unos a los otros y en una libre concurrencia. Garantizado el uso de su lenguaje la tarea es fácil solo bastaría en jugar con diferentes contraposiciones para hilar una discusión en la que los opuestos no disten mucho. (Sader, 2007, 5)

Intentar trascender esta lógica puede ser tildada utopismo, falta de realismo político o, cuando menos, ingenuidad. Y son abundantes los consejos para erradicar esas intenciones juveniles. Sin embargo las revoluciones han intentado arrancarle a la historia el cuerpo de fetiches pestilentes que ella ofrece por realidad. Con el tiempo se retorna nuevamente a las cosas, a la objetivación del trabajo, a la medición del intercambio pero los momentos revolucionarios son siempre avances que dejan huella para nuevos combates.

Es por esto necesario más alto vuelo, intentar una pregunta desde el comunismo, desde un socialismo revolucionario que entiende que no es problema nacional aquel que está desligado en su enunciado del sistema mundial, del capitalismo global. Los momentos de envoltura, o las etapas de cambio casi nunca son “marchas comunes” de grandes mayorías y decididamente no todas tiene por objeto una transición más allá del capitalismo.

El socialismo, por su parte, puede ser la envoltura para la reformulación de la hegemonía del capitalismo y el soporte para una vía autóctona, con inclusión social e inversión extranjera. Un enunciado como ese permite promover una serie de tareas de recuperación y es muy necesario para el pensamiento lineal que necesita resolver la economía para luego crear conciencia o viceversa.

Hoy, sin embargo, desde un socialismo revolucionario, resulta imposible caer en la trampa. Y decimos imposible porque la lógica de pensamiento que pretende solucionar la economía para luego concientizar al hombre es harto similar a su contraria y conduce a bastante poco.

Cuando Lenin definió el socialismo en la unidad entre la acción de los *soviets* más la electrificación estaba planteando, en forma sintética, el problema de la transición. Para el revolucionario ruso el camino hacia una sociedad de productores libres debía cumplir a la par tareas relativamente económicas al tiempo que generaba otra forma de asociatividad - otro tipo de estado- paralelo si se quiere al gran aparato burocrático moderno. Los *soviets* serían la forma posible que conviviría en la transición con el estado tal cual y que sería fin en sí mismo por ser la forma de socialización a la que se pretende llegar.

Si bien para el líder bolchevique resulta importante el desarrollo económico más lo es la socialización. La característica del socialismo pensado por él no radica tanto en la satisfacción de las necesidades materiales sino en la construcción de una forma diferente de practicar y entender el mundo.

El siglo XXI ha sorprendido a la América Latina en un proceso que reconstrucción impensable durante la década de los noventa. Eso que se ha dado en llamar “giro a la izquierda” o “gobiernos progresistas” ha intentado en primer lugar diferenciar la práctica de los estados al sur del Rio Bravo de su propia historia, al menos de la más reciente.

Es claro que no se trata de un asunto de buena voluntad o altruismo y que los límites propios de este giro se encuentran dentro del propio sistema capitalista<sup>1</sup>; pero, al mismo tiempo, este proceso de cambio posibilita la instrumentación de proyectos que pretendan desmarcarse de la extrema privatización de las décadas anteriores. Nada mejor entonces que el Estado y la Nación y un discurso que comprenda la inclusión social, la transparencia en la gestión pública y la democratización.

Esta salida si bien resuelve pensiones, acceso a servicios, más inclusión social y ciertos estándares de vida, deja intacta la vieja pregunta sobre el lugar del continente en el sistema mundo. Es por esto que las expresiones de progresismo, y el discurso del socialismo del siglo XXI han de ser saboreadas con un poco de sal en el mejor de los casos y tener en cuenta que es poco probable que en las agendas políticas de estos gobiernos “figure la ruptura con el neoliberalismo”. La existencia de un discurso progresista en Latinoamérica no es identificable con la práctica anticapitalista y en muchos casos ni siquiera con una democratización real y efectiva del estado. (Boron, 2007, 28)

### **Los conceptos**

Si podemos comprender que el problema de la comunicación en nuestro continente no se encuentra desligado del capitalismo, el subdesarrollo o la exclusión social y que el desarrollo de las tecnologías de comunicación no constituyen un ente aislado dentro del mapa económico mundial sino que representan un componente de la última revolución industrial entonces debemos esforzarnos más y comprender la comunicación como un asunto político.

No se pretende, con esto, otorgar un nuevo contenido a las ciencias políticas, antes bien, dotar a la comprensión en torno al problema del cambio social de una totalidad de cuestiones para las cuales cualquier interpretación disciplinar resulta insuficiente. La relativa autonomía de los estudios en comunicación, al menos en el contexto cubano, ha permitido una cierta esquizofrenia analítica en la que la intención de estudiar los contenidos y estructuras de comunicación desconoce la instancia política, no ya como órgano de mediación del mensaje sino como dimensión de la práctica comunicativa.

Si la comunicación resulta una de las estructuras que dan cohesión al espacio público entonces todo medio de comunicación debería ser entendido como parte de la institucionalidad política. Esta afirmación podría resultar categórica y extrema pero el desconocimiento del lugar de los *media* en la realidad política latinoamericana no contribuye en nada a explicar los problemas actuales y la crisis de paradigmas que hoy se produce en la región. Hablar de medios de comunicación supone reconocer que estos son los formadores de opinión, no ya solo del consumo cultural sino también, y por sobretodo, de las opciones políticas.

---

<sup>1</sup> Sobre este particular se puede consultar el libro: Gobiernos progresistas en debate (Antonio Elias. Comp CLACSO 2006) y el artículo sobre la experiencia argentina de Atilio Borón: La experiencia de la “centroizquierda” en la Argentina de hoy. Casa 246 enero marzo 2007.

Nuestra investigación, por tanto, no tiene por finalidad el estudio de Telesur como medio de comunicación. Su pregunta no está enfocada a nombrar y dilucidar las estrategias comunicativas de la televisora sino que intenta preguntarse cuanto y como contribuye el proyecto multiestatal a formular y concretar un nuevo orden comunicacional, inclusivo y participativo, democrático y horizontal. Esto es: que de *alter-nativo* hay en las relaciones que establece.

Para este empeño nos enfocaremos en la noción de participación. Nos referimos, por supuesto, a un tipo específico de participación, aquella que posibilite la construcción de formas de socialización en el conjunto del sistema de comunicación. Una participación con estas características se enfoca en la superación de un modelo comunicativo que tributa a una sociedad específica -la del capitalismo de tipo liberal- y que potencia una comprensión de la comunicación dentro de la racionalidad propia del sistema.

Para describir la realidad externalizada en el par estado-sociedad civil hemos decidido utilizar las nociones de hegemonía-contrahegemonía por su capacidad de ir más allá de las nociones de cultura e ideología y de concebir una totalidad de relaciones entre estas y las “[...]distribuciones específicas del poder y la influencia.” Esta capacidad articuladora resulta central en la construcción de nuestro objeto y permite relacionar directamente el proceso de producción de contenidos, y su difusión en el espacio radioeléctrico utilizado por la televisora regional, con la institucionalidad creada para ello y, consecuentemente, con las relaciones de asociatividad que ella instaura. (Williams, 2004, 193)

Analíticamente, como se verá más tarde, la participación relaciona las instancias emisoras y las receptoras en el esquema general de la comunicación. De esta articulación emerge el problema central de la investigación, a saber: cómo la institucionalidad, entendiendo por institucionalidad el conjunto de relaciones contractuales que norman el funcionamiento de la televisora, potencia la construcción de un modelo alternativo a la comunicación.

Por otra parte el concepto de participación tiene carácter valorativo en la medida que es capaz de establecer una norma, más o menos clara, que permite evaluar en grados de socialización la tendencia de la televisora del sur.

La socialización de poder sigue resultando el problema para una postura revolucionaria que pretenda el cambio social por la vía de la superación del modo de producción. Sin embargo, bajo la forma de *cambio social* no enunciamos solo la vía revolucionaria de transformación social. Como hemos apuntado antes, el mapa político latinoamericano es un complejo proceso de lucha en el que las ideas de tipo revolucionario solo son un componente, un pensamiento y práctica posibles dentro de un número mayor de opciones.

Plantearse la posibilidad de cambio en la institucionalidad de la comunicación -no un cambio cualquiera sino uno enfocado a la socialización de los medios de producción y difusión de contenidos- resulta permisible en un contexto en que la pregunta por el cambio social en general, y en específico por la transformación del modo de producción, es posible.

Asumir las relaciones directas entre los medios de comunicación y los grupos de poder -y por tanto la lógica que opera en los primeros como congruente a los segundos- no es un

mero punto de partida; antes bien, una consecuencia de las relaciones que se establecen entre las ideas y el conjunto de relaciones de producción en el modo de producción.

Marx desarrollo la relación entre producción y apropiación en el sistema general del modo de producción. En sus Fundamentos de la Crítica de la Economía Política afirma que “la producción no solo proporciona una materia a la necesidad sino también una necesidad a la materia” y más adelante “[...] la producción crea no solo un objeto para el sujeto, sino también un sujeto para el objeto”. El medio de comunicación no es solo la vía de difusión de la información sino también una forma, un contenido propio de lo que significa apropiación. El modo de producción es siempre una forma de apropiación y esta estará históricamente condicionada por el conjunto de relaciones a las que pertenece. (Marx, 1970, 31)

Una pista sobre esta cuestión la encontramos en la noción mcluhana del embotamiento (*numbness*); si bien podemos no estar totalmente de acuerdo con la forma de comprender los medios de comunicación ofrecida por Marshall McLuhan en su ya viejo texto *Understanding media: The extension of man*, sí es imposible negar que con el desarrollo de la sociedad de la información los modos de operar y concebir los medios de comunicación fueron reformulados en su totalidad. Esta reformulación constituye un avance en el perfeccionamiento de los mecanismos de control del sistema de dominación y sus consecuencias más inmediatas la tenemos en el uso de la publicidad que embota los sentidos del receptor y una ficcionalización de los hechos noticiosos que permite evadir el planteamiento correcto de los conflictos. (Mattelart, 1973, 224)

La organicidad de los medios de comunicación, sin embargo, se debe sobre todo a que desde su planteamiento están concebidos para asegura la legitimidad del modo de producción capitalista. Este modo de producción “[...]precisa de un cuerpo de fetiches que generan su racionalidad de dominación social.” Este fetichismo radica en su naturaleza mitológica, dotado de una autonomía que lo hace parecer un epifenómeno que trasciende a la sociedad misma. En el momento en que el medio de comunicación es desligado del conjunto del modo de producción, cualquier debate en torno a la imparcialidad comunicativa, la libertad de prensa, etc. se realiza en la lógica de una racionalidad tecnológica que permite la naturalización de las relaciones impuestas por dicho modo. (Mattelart, 1971, 226)

Por esta razón, quizás, es que los estudios en comunicación a veces parecen poco preocupados por el problema de las relaciones que establecen las cuotas de poder con la ideología y cultura en una sociedad determinada. Toda declinación de la pregunta sobre las relaciones entre los medios de comunicación y los grupos de poder, en este caso el capital transnacionalizado, puede ocurrir una vez que se ha asumido una autonomía externalizadora en el medio de comunicación.

De este fetichismo en la noción de medios de comunicación podemos extraer algunas derivaciones. Colocar en relación el cuerpo de expresiones ideales naturalizadas con el modo de producción devela cierta coherencia entre contenidos y emisores. Si podemos considerar al medio de comunicación de masas en relación a la racionalidad del modo de producción entonces la congruencia entre emisores y propiedad de los medios se desplaza a

un poder específico. Todo contenido “emitido por dicha clase[...] es en alguna forma un argumento *ad hominem*: no hace sino actualizar y expresar las coordenadas de dicho sistema y asegurar su reproducción cotidiana.”(Mattelart, 1971, 232)

Reconociendo con Raymond Williams que las instituciones culturales – en este caso los medios de comunicación- son inseparables de las “[...] formas en que se transmiten y reciben las ideas, las informaciones y las actitudes” entonces cualquier intento de construcción de formas alternativas de comunicación a los poderes establecidos debe tener en cuenta que los diseños institucionales de las televisoras están relacionados con el tipo de comunicación y las prácticas de consumo que generan sus contenidos y las formas de poder que los sustentan. (Williams, 1971, 15)

Una pregunta obligada aparece entonces: el movimiento político que intente el cambio en el paradigma de comunicación ¿podrá construirlo basado en la practicas e instituciones creadas para estos fines por el capitalismo? Esta problemática obliga a colocar “[...]el cambio de contenidos en el contexto de un cambio cultural” capaz de transformar el conjunto de relaciones naturalizadas por la racionalidad del modo de producción. (Mattelart, 1971, 232)

En nuestros días estamos asistiendo a un proceso similar en el contexto latinoamericano. Después de las crisis del cambio de siglo y con la entrada en el espacio político de un discurso más o menos conciliador de los intereses nacionales –también de los transnacionales- el mapa resultante se caracteriza por un abandono de los TLC como estrategia económica integracionista, una recuperación de la vieja idea del capitalismo nacional y la democracia al tiempo que se conserva dependencia económica.

Estas luchas, a escala regional se muestran en relación con una necesidad consustancial al sistema de dominación capitalista, a saber: la reformulación de su hegemonía. Esta resulta siempre un proceso que está en constante movimiento y que frecuentemente se ve ante situaciones de crisis. Quizás la ultima reformulación de esta hegemonía haya tenido en el espacio temporal que transcurre entre la crisis petrolera de mediados de los años setenta hasta el “retorno a la democracia” con los ajustes estructurales que condujeron a cristalizar el modelo liberal con fuertes lazos de dependencia económica de los centros financieros mundiales.

Una tesis, imposible de intentar en este estudio, sería demostrar como con la entrada de los ajustes estructurales de tipo liberal en el contexto económico latinoamericano, que tuvieron lugar durante toda la década de los años ochenta y noventa, la reformulación del sistema de dominación ganó terreno en el control de los mecanismos culturales de dominación. Esta reformulación no está desligada de una revolución industrial en el campo de la telemática y las comunicaciones, la emergencia de la noción de globalización en los años posteriores al Consenso de Washington o una muy fuerte concentración de capitales en el ámbito de la comunicación y los servicios de información; y su consecuencia generales se pueden observar en la hegemonía que sobre las teleaudiencias y los contenidos de la información sostienen megapolios como CNN en Español, Univisión o TV O Globo.

Las privatizaciones no solo ocurrieron en las zonas estratégicas de las economías latinoamericanas, conquistaron, también, los espacios simbólicos y usurparon los contenidos de la información. Las cadenas televisivas nacionales que no fueron privatizadas no pudieron frenar, por otra parte, la gran cantidad de programas *enlatados* -que no solo dictan una visión de la historia de los procesos mundiales sino que lo hacen dejando intacta la noción de libertad de prensa que abstraída de sus condiciones de posibilidad se volvió universal.

Las preocupaciones que llevaron a la redacción del informe McBride a fines de los años setenta -preocupaciones inmersas en el contexto general de reorganización del sistema capitalista en el que la crisis petrolera a mediados de década y los acuerdos Breton-Woods son expresiones paradigmáticas de dicha reformulación- pueden ser entendidas como una primera sospecha ante la fuerte concentración de capitales en los medios de comunicación. La necesidad de crear condiciones para “[...]que los ciudadanos tengan acceso a una pluralidad de opiniones diferentes y la igualdad en materia de posibilidades y medios para expresar las opiniones propias” denuncia una fuerte homogenización en los contenidos televisivos que ya eran observables para entonces. (McBride et al, 1980, 14)

Como veníamos diciendo, estas luchas en el espacio latinoamericano son expresión de un proceso de reformulación del modo producción capitalista en el espacio continental. Telesur, en este contexto, encuentra una realidad bastante compleja. Grandes monopolios comunicativos controlan los niveles de audiencia; la labor de integración, por tanto, se ve ante un doble problema: conquistar los espacios mediáticos lo que significa la disputa por la teleaudiencia.

La forma directa de contrarrestar este fenómeno sería potenciando un tipo de comunicación capaz de construirse como contrapoder a los monopolios mediáticos de la comunicación. Preguntarse por las estructuras participativas dentro de la estrategia alternativa de Telesur significa, en última instancia, preguntarse por cuánto contribuye la televisora a reconfigurar las prácticas comunicativas preponderantes en la cultura comunicacional latinoamericana. A esta pregunta quizás debemos entregar su contraria ¿cuánto contribuye la estructura institucional de la televisora a reproducir lógicas de comunicación que tienden a perpetuar las relaciones tradicionales en las prácticas televisivas y ha monopolizar las instancias de producción de contenidos dentro del cambio social?

La complejidad del contexto histórico en el que la televisora aparece merece mención aparte. Resulta inevitable asumir que la América latina se encuentra en un proceso de cambio. En él concurren varios factores: una crisis estructural del modelo neoliberal que estalla en el cambio de siglo, aunque existan manifestaciones más tempranas, un proceso de acumulación de cultura política que incluye prácticas de resistencias colectivas para grandes grupos -grupos que han sido atomizados por diferentes operaciones ideológicas posibilitadas por la racionalidad post- y la llegada y consolidación de gobiernos progresistas en el mapa político latinoamericano. Estos hechos no se encuentran desligados de eso que hemos llamado reformulación de la hegemonía, antes bien forman una unidad de fuerzas en la grupos se ven obligados a realizar modernizaciones en el sistema de dominación.



Es en este contexto en el que aparece la Alternativa Bolivariana para Las Américas. El proyecto del Alba -solo posible gracias a los gigantescos dividendos que obtiene Venezuela de sus recursos naturales y del uso que de estos hace el gobierno del presidente Chávez- aparece en clara confrontación y como estrategia para contrarrestar el avance considerable de los tratados bilaterales con los Estados Unidos (TLC) y el proyecto de reordenamiento de las economías latinoamericanas que su pone el programa del ALCA.

La apuesta del ALBA basada en la posibilidad de una complementariedad entre las economías de la región enfatiza el regreso del Estado al control de los activos y de las inversiones. El Estado, sabemos, fue minimizado hasta la saciedad en los ajustes estructurales propiciados por el Banco Mundial, el FMI y los propios gobiernos nacionales durante la década de los noventa y la recuperación de su papel activo, si bien es cierto que no deja espacio a la construcción de una alternativa real al viejo paradigma industrial-desarrollista occidental y moderno, sí establece, al menos, los términos de la confrontación.

Al interior del discurso político del gobierno venezolano encontramos una variedad de posiciones que van desde un nacionalismo anti-imperialista sumado a una noción de integración que rescata el ideario independentista de Bolívar así como una clara intención de retomar la ideas comunistas en el enunciado del Socialismo del Siglo XXI. Las articulaciones entre estas ideas y la práctica política del ALBA son de muy diverso orden y no siempre se encuentran en relaciones de igualdad. Si bien la apuesta por un socialismo diferente al históricamente realizado es loable la identificación de este con proyectos como el ALBA o Telesur puede generar alguna tensión entre el horizonte al que aspira y los medios para su realización.

Es de viejo sabido que no por garantizar condiciones para la reproducción material y oposición a las políticas imperialista se le puede llamar socialista a un proyecto político; Marx fue claro en esto en su crítica al programa de la social democracia alemana distinguiendo el reformismo de la vía revolucionaria. Alba y socialismo revolucionario pertenecen a dos momentos diferentes que no están, necesariamente, articulados el uno con el otro.

Telesur, en el contexto del Alba, es antes que una forma alternativa de concebir la comunicación una estrategia contrahegemónica al poder mediático de vastos monopolios de información. Se presenta, con esto una doble cuestión, cuánto es capaz de contrarrestar la televisora el flujo mediático de información y cuanto de alternar al modelo de comunicación en su conjunto. Si bien estos son dos momentos analíticos no suponen una extrema autonomía el uno del otro. Son, más bien, una estrecha relación entre actualidad y potencialidad. La televisora del sur no debe solo aspirar a ofrecer “información verídica” e integrar contenidos sino que tiene ante sí, como se ha dicho, el reto de construir una alternativa a la manera de realizar la comunicación. (<http://www.telesur.net>)

### **El contexto mediático Latinoamericano.**

La concentración de capitales en los medios de comunicación en el continente no dista mucho de aquella preocupación del informe McBride. Según el Informe sobre Desarrollo

Humano de la ONU en 1999 América Latina importaba el 70 % de su programación televisiva. De este el 62% provenía de las industrias culturales norteamericanas. En la actualidad y según un reciente estudio realizado por investigadores argentinos “los primeros cuatro operadores de cada industria en cada uno de los países tiene entre el 70% y el 75% del mercado”. En Argentina, por tomar un ejemplo el 90% del mercado de lectores de diarios está en manos de los cuatro principales periódicos. (R. Pereyra, 2007)

Estos datos hablan del nivel de mediación que tienen esas imágenes que se nos presentan como realidad y nos indican, por otra parte, la poca pluralidad de emisores. Este hecho demuestra una alta homogenización del receptor y una escasa posibilidad de informarse desde una diversidad de opiniones. Volviendo al caso argentino como bien afirma Martín Becerra en la crisis del 2001 “la falta de información previa sobre el sistema bancario que tenía la sociedad estuvo relacionada con la concentración mediática. (R. Pereyra, 2007)

Estas concentraciones se producen, básicamente, en los medios privados tanto de la televisión abierta como la de pago y los países donde es mayor esta concentración son Argentina, Uruguay, Venezuela y Chile. Su crecimiento se hace siempre adsorbiendo o comprando otros medios de comunicación. (R. Pereyra, 2007)

Se debe sumar a ese hecho que la televisión pública, como bien afirma Martín Barbero en América Latina “se confunde con la estatal y lo estatal con el gobierno” con lo cual se reproduce una vieja relación –ahora en los medios de comunicación- entre gobiernos y oligarquías nacionales<sup>2</sup>. Por otra parte la televisión pública en el continente surge después de la privada y tiene que convivir en un contexto de competencia comercial donde ceder espacio significa entregar teleaudiencia a conglomerados mediáticos. (Barbero, 1989, 45)

Se ha de aclarar que la referencia a medios de comunicación privados es válida tanto para las empresas nacionales como para los conglomerados de la información transnacionalizados. El despegue de la televisión por cable y su casi inmediata introducción en América Latina en la década de los años ochenta responde al tipo de modelo económico instaurado durante el período de “retorno a la democracia” en el que la privatización de los servicios del estado estuvo acompañada de una alta concentración de teleaudiencia por parte de las empresas de cable. Esto se explica claramente bajo la lógica de ganancia que domina la gestión de la empresa capitalista y la necesidad de control sobre la información.

Hablar de integración comunicacional en América Latina puede resultar para un espectador atento una perogrullada. La comunicación siempre ha jugado un rol importante en la construcción de la realidad social, la articulación de identidades nacionales y regionales, la diversificación del conocimiento, etc. En el continente americano, en particular, la televisión privada ha tenido la iniciativa en este empeño, logrando altos niveles de integración de contenidos y receptores. Es claro que el origen del mensaje es, cuando menos sospechoso y que se habla de otro tipo de integración; no cabe duda, sin embargo,

---

<sup>2</sup> Un buen ejemplo de esta relación lo constituye la forma a través de la cual el Congreso Uruguayo ha frenado de manera casi total la entrada de Telesur en la nación porteña.

que así como con un partido de fútbol se llega a parar un país entero con la televisión ocurre otro tanto. En Brasil, no importan las distancias, a la misma hora una campesina que vive al sur y un jornalero del norte se sientan a ver la misma telenovela. Y en Cuba el espacio dedicado a la telenovela es sagrado provocando graciosas disputas entre seguidores de la liga pelotera y las mujeres de casa. Esta realidad da cuenta de un fenómeno complejo al que hay que mirar con detenimiento.

Si bien es un hecho que el tipo de información que llega a los receptores se encuentra altamente mediado por los proveedores de los servicios de televisión lo es también que los proveedores han consolidado teleaudiencias durante muchos años y que sus servicios son hoy en día hegemónicos en el espacio radioeléctrico.

Por esta razón es tácticamente importante comprender que todo intento de contrahegemonizar las prácticas comunicativas cotidianas, desde la televisión de masas, ha de vérselas con la dificultad de disputarle -a los medios consolidados- las teleaudiencias. Este problema coloca de antemano al proyecto de televisora del sur frente a esa ganancia teórica de la que habla Emir Sader. Una vez dentro del laberinto Ariadna no se distingue del Minotauro.

### **Venezuela y los medios de comunicación**

En el caso de Venezuela, para 1999 el balance de Gustavo Hernández, del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco), denominado *Diagnóstico de la Televisión en Venezuela*, aseguraba que los concesionarios privados han sido pioneros en cuanto al fomento de televisoras nacionales y regionales, mientras que el Estado siempre se ha mantenido al margen de las propuestas de expansión e industrialización televisiva.

La historia de la televisión pública en este país nos muestra, desde sus inicios en 1952 cuando sale al aire Televisora Nacional de Venezuela (TVN-Canal 5), una profunda desidia gubernamental en lo que a medios en manos del Estado se refiere. TVN-5 comenzó con pasos inestables, sin embargo, se mantuvo durante 40 años y luego fue suspendida por la precaria asignación presupuestaria. Tras un periodo fuera del aire, el gobierno de Rafael Caldera decidió ceder esta señal a la Curia católica venezolana, dejando a cargo de los medios privados la producción de los contenidos.

En 1974, se creó la hoy repotenciada Venezolana de Televisión (VTV), otro esfuerzo más por hacer una televisión pública de calidad e independiente. Pero, según el mismo estudio, “VTV emuló los mismos parámetros difusivos de la televisión comercial, debido a que cedió su tiempo de antena a los seriales importados estadounidenses, a los informativos, y a los juegos de cinco y seis y loterías, dejando a un lado el género documental y educativo”.(Hernández, 2000, 54)

En este caso, el intento se alejó de una verdadera televisión de servicio público, pues en dicho esquema el medio debía apuntar a una programación de calidad y con diversidad de contenidos, abandonando relativamente la influencia del *rating*. VTV encabezó la lista de

los medios de comunicación que más infringieron, en una semana, un decreto que velaba por la protección psicosocial del niño y adolescente.

Tras el arribo del proyecto bolivariano a Venezuela, liderado por el presidente Hugo Chávez, VTV adquirió una importancia relevante a nivel político, especialmente debido a la férrea oposición que adelantaron los medios privados contra el Ejecutivo. El canal se convirtió en una especie de refugio informativo para los seguidores de Chávez, quienes encontraban contenidos acordes a la realidad que dibujaba el presidente en sus discursos.

Seguidamente, otro canal público, creado en noviembre de 2003, parece estar sufriendo un destino parecido. Impulsado por el Estado, como una alternativa cultural, Vive Tv entreteje el acervo de costumbres y conocimientos enmarcados en patrones dirigidos por la esfera gubernamental esta vez con un diseño más apegado a lo comunitario con un programa de formación de realizadores y comunicadores y cierta horizontalidad en la estructura directiva. Al mismo tiempo se encuentra financiada en su totalidad por el gobierno venezolano y su creación corresponde a una coyuntura específica, a saber: el golpe de estado efectuado contra el gobierno en el año 2002<sup>3</sup>.

Ya en los años 70, desde el sector de los estudiosos y los académicos, se podía intuir que algo estaba pasando con los canales pagados por los Estados y administrados por los gobiernos de turno, razón por la cual, uno de los investigadores venezolanos más importantes, Antonio Pasquali, creó el conocido Proyecto Ratelvé, que abogaba por la implantación de una televisión de servicio público en Venezuela.

Junto a un excelente equipo profesional, Pasquali elaboró dos documentos en los que se proponía crear un *tercer polo radiotelevisivo* que no dependiera ni del mercado ni del gobierno de momento. Esa era la idea de un verdadero medio independiente, es decir, una televisión de servicio público, que contemplara la creación de una autoridad independiente de la radiotelevisión, que administrara las frecuencias radioeléctricas y creara un servicio totalmente desgubernamentalizado.

Como era de esperar el proyecto careció de real simpatía en dos de los sectores dominantes en la comunicación radioeléctrica: el gobierno y los medios privados. Por otra parte el empeño de Pasquali abogaba por una televisora financiada por patrocinadores que tarde o temprano acabarían mediando la labor de la institución. Años después, Telesur es la primera propuesta de un canal multinacional en América Latina que emana del seno de la televisión pública.

## **Medios de comunicación y nuevo orden comunicacional**

Cuando en el 2005 es fundada Telesur más de treinta años de prácticas comunicativas alternativas quedaban como experiencia precedente al proyecto de la televisora. La sintonía

---

<sup>3</sup> Para más información se puede revisar el CD: *Medios y sociedad en movimiento: ViVe TV* del Programa de Comunicación Audiovisual del Consejo Latinoamericano de las Ciencias Sociales

y las estrategias de esta comunicación diferente y diferenciadora adquieren en el contexto de globalización neoliberal un cariz particular.

Los ajustes estructurales, y la revolución en los servicios de la información, calaron con tal fuerza el contexto mediático latinoamericano que monopolios y empresas que ninguna relación guardaban con el mundo de la comunicación dominan ahora el sector. Este proceso permitió, en primer lugar, colocar fuera del espacio público a los medios de comunicación con lo cual se garantizó que la lógica de la comunicación se construyera ajena a los principios de la ciudadanía. Esto provocó una atrofia en el sentido de la comunicación volviendo incoherentes las ideas de espacio público y privado.

Es por esta razón que Celso Schröder afirma que: “disciplinar el área de las comunicaciones a partir de la óptica del control público es justamente garantizar la inserción de espacios y mecanismos de participación donde intereses distintos que se encuentran en disputa puedan ser confrontados de forma plural, ecuánime y transparente” la condición para esta intención sería explicitar en el plano normativo la capacidad de los ciudadanos para exigir y regular la gestión de los medios de comunicación con lo cual el problema se coloca una vez más dentro de las capacidades de los estados para garantizar estos derechos. (<http://www.proconferencia.com.br/artnot/19.html>)

Visto de este modo la contradicción entre medios públicos y privados se reduce a la “buena gestión” de los gobiernos y nada o poco dice de la capacidad para lograr la configuración de formas alternativas a los medios tradicionales. Por otra parte impide una pregunta de más alto vuelo, a saber: ¿es posible una comunicación alternativa construida a priori sobre las garantías de una normatividad existente solo desde el estado?

En toda la extensión latinoamericana han estado apareciendo nuevos actores sociales que en sus luchas buscan democratizar la comunicación. Las formas y los medios de estas democratizaciones van desde la implementación de reformas en el contexto legal de los usos y concesiones a las televisoras hasta la organización y gestión de formas alternativas a la comunicación. Un factor de aceleración de estas últimas ha sido, como afirma Sally Burch: “las oportunidades inéditas ofrecidas por las nuevas tecnologías de comunicación, en particular internet.” Estas oportunidades han permitido agrietar el sistema hegemónico de comunicación y han logrado implementar espacios de confluencias de comunicadores independientes que buscan un reordenamiento de la cultura comunicacional. (Burch, 2007, 2)

Esta comunicación, por otra parte, ha enriquecido a los movimientos que desde la década de los años noventa han intentado formas de articulación social diferentes –y no solo opuestas- al modelo neoliberal. La apropiación de las técnicas de comunicación, tanto de las nuevas tecnologías como de las tradicionales, por parte de estos nuevos sujetos –con arreglo a relaciones horizontales- han potenciado en grado superlativo las dinámicas de su asociatividad.

Estos nuevos sujetos, al mismo tiempo, reconocen que el campo de la comunicación se configura como lugar de “disputa estratégica lo cual exige pasar de los medios a los fines; esto es, de la visión instrumental a la política”. Este desafío, que implica generar

estrategias para construir otro tipo de comunicación, apunta directamente a posibilitar el acceso de las fuerzas sociales tradicionalmente apartadas del uso activo de los medios de comunicación. (Burch, 2007, 3)

Para la existencia de la afirmación de un nuevo orden de comunicación es determinante la existencia de un nuevo sujeto. La comunicación entendida desde su determinación tecnológica es siempre relacionada con un modo de producción específico y, consecuentemente, con un sujeto histórico que detenta un poder sobre los medios de su realización. Es por esta razón que solo es posible hablar de “otra comunicación” cuando la existencia de otro sujeto es ya un asunto comprobable.

La centralidad del concepto de participación para este complejo entramado de problemas es fundamental. La participación entendida como socialización de la propiedad de los medios de producción resulta así el garante de futuro para cualquier alternativa política que intente subvertir al gran capital. Si bien es necesaria cierta dosis de voluntad en figuras o movimientos políticos el problema lejos de esclarecerse se oculta tras el líder. Un camino hacia el socialismo ha de ser un triunfo que integre socialización del poder y construcción de nuevas relaciones sociales que logren hegemonizar el conjunto de la cultura como proceso totalizador.

Dentro de los modelos posible para la participación tenemos presentes aquellos que contribuyen a este tipo de socialización que incluye una tetradimensionalidad al interior del sistema de producción de contenidos televisivos, a saber: producción, distribución y exhibición y su corolario otro el de emisión-recepción. Esclarecido esto el problema de la participación se traslada de la instancia receptiva a todo el proceso de comunicación.

Dentro de los paradigmas participativos encontramos el modelo de la educación popular referido a la pedagogía del brasileño Paulo Freire. El argumento freiriano funciona a partir de una “doble estrategia teórica” (Servaes, J y Malikhao, P , 2005, 96)

Freire insiste en que se trate a los oprimidos como sujetos humanos en todo proceso político esto implica un reconocimiento de la relativa autonomía de cada individuo dentro de un contexto general de comunicación. Con esta distinción Freire intenta trasladar las funciones propias de un emisor de contenidos y saberes a cada uno de los participantes en el acto de comunicación. De esta manera profesor y alumno se vuelven “roles intercambiables” en una relación dialógica (H. Cadiz, 2005, 147).

Freire contrasta su manera de entender la comunicación con las tradicionales formas bancarias de transmisión de conocimientos instauradas por la modernidad. En su modelo la participación se configura como una vía para el reconocimiento de necesidades y soluciones a problemas de desarrollo de comunidades o grupos humanos que se encuentran en condiciones de subalternidad.

Freire relaciona el conocimiento con la praxis humana tratando de otorgar al saber el carácter de resultado de la construcción de alternativas. Su modelo tiende a expresar una reciprocidad entre acción y reflexión en la que la inexistencia de uno de estos componentes vuelve incompleta el conocimiento La participación, desde el reconocimiento de igualdad,

lejos de ser un valor a alcanzar se convierte en la vía para integrar contenidos desde la pluralidad cultural de nuestro continente. Es un medio antes que un fin en sí mismo. (H. Cadiz, 2005)

De forma esquemática Maria Celeste H. Cadiz en su texto: *Communication for empowerment. The practice of participatory communication in development* ha observado la existencia de, al menos, una decena de aspectos fundamentales en proyectos de televisoras y medios comunicativos de corte participativo.

- 1- Construcción de accesos a la información.
- 2-Poner el control de los medios de comunicación en manos de los usuarios-beneficiarios.
- 3-Capacitación de comunidades en el uso de los medios de comunicación
- 4-Énfasis en el uso de medios apropiados para las condiciones de las comunidades
- 5-Procesos de aprendizaje que involucren a la comunidad.
- 6-Organización colectiva de la comunidad
- 7-Solución de necesidades comunes en base a la conciencia que de estas se tengan
- 8-Lograr el disfrute de los participantes en los procesos de desarrollo.
- 9- Acumular experiencia de estas actividades.
- 10- Compartir recursos.

Un buen ejemplo de estas prácticas lo tenemos en la televisora comunitaria VIVE TV un canal estatal de vocación alternativa que intenta contrarrestar el flujo informativo de los medios privados en Venezuela. VIVE se creó en noviembre del 2003 como “una propuesta de televisión educativa y cultural, innovadora y experimental que se construye con el pueblo” ( Eekhout, 2007, 426)

Para esta televisora funciona la consigna leninista de que no puede existir práctica política sin teoría política. Es por esta razón que sus trabajadores ha logrado lo que a nuestro entender son los aspectos fundamentales de un tipo de comunicación que tienden hacia la socialización de los medios de producción televisiva, a saber: intercambio de roles, servicios de capacitación en el uso de las tecnologías en las comunidades donde radica y descentralización de la toma de decisiones. Actualmente VIVE TV tiene dos canal y trabaja en la creación de varias cedes más en Lara, Zulia, Apure, Táchira y Anzoátegui. Al propio tiempo la televisora se encuentra financiada en su totalidad por el gobierno del presidente Chávez lo cual implica un tensión entre los fines y sus patrocinadores. Por otra parte el hecho de que el cien por ciento de los recursos vengan del actual gobierno deja en suspenso la perspectiva de crecimiento del proyecto para los próximos años pues nada asegura que siga recibiendo el apoyo del ejecutivo una vez terminado el mandato actual. ( Eekhout, 2007, 427)

Una televisora que pretenda la integración debería partir de la diversificación de los emisores y no solo de los contenidos televisivos. Para este empeño, como se verá más tarde, debe existir una estructura institucional que tenga base en la horizontalidad de los emisores donde una condición para la integración sea el acceso a la tecnología mediática de la comunicación. Repetir el viejo esquema de un emisor que utiliza un canal para llegar a un receptor constriñe la comunicación y reproduce un modelo bancario de educación.

Es por esta razón y en base a los parámetros enunciados por María Celeste H. Cádiz en el texto citado valoramos la gestión de la televisora teniendo como aspectos fundamentales el control de los medios de comunicación por parte de las instituciones que integran Telesur, el reconocimiento de la igualdad entre los participantes en el proyecto y la gestión colectiva de la toma de decisiones.

### **Telesur, el caso.**

Cuando el 24 de julio del 2005 Richard Stallman, en la inauguración de la televisora regional Telesur, dijo que tenía miedo que el canal se convierta en “el sueño de los intelectuales” un viejo problema, escondido quizás por la necesidad urgente de reformas al interior del estado, salía una vez más a flote. La pregunta que se planteaba el revolucionario norteamericano no es diferente a la vieja preocupación marxiana de la auto-emancipación. Y parte de la comprensión del lugar que ocupan las instituciones en un modo de producción determinado. (<http://www.indimedia.org>)

Un poco más adelante, en la misma inauguración, el cineasta Dany Glover criticó duramente a la televisora por no tener un consejo asesor integrado por mujeres y afrodecendientes. Así mismo otros participantes se refirieron a la inexistencia de una representación de los pueblos originarios dentro de los grupos directivos del canal.

Lo que trata de señalar Stallman –en consonancia con la ideología del software libre- al proyecto de televisora regional podría resumirse así: ¿Telesur será un proyecto para dar cabida a una pluralidad de actores en el ejercicio de la comunicación en base a relaciones horizontales y equidad participativa o será, una vez más, un proyecto que pretenda arroparse con un discurso de la diversidad produciendo un tipo de comunicación lineal con altos niveles de centralización en la toma de decisiones?

La televisora multiestatal, cuyos accionistas son para entonces Uruguay, Argentina, Cuba y Venezuela, –posteriormente se sumarán Bolivia y Ecuador- no logra en su nacimiento un parto feliz. Quizás golpeada de antemano por cierto espíritu mitológico, para utilizar una expresión de Mattelart, la nueva televisión del sur propone una comunicación ya comprobada en sus límites y posibilidades negándose a sí misma un planteamiento de mayor alcance.

Estructurada como una transnacional de comunicación –con corresponsalías en toda la geografía latinoamericana, arrendo de servicios satelitales, salida televisiva por Internet y estructuras de comunicación basadas en las rutinas productivas estandarizadas en los medios masivos- Telesur inició transmisiones el 24 de julio del 2005. Para cuando se



escriben estas palabras ya es posible un balance de su gestión y una indagación en sus propósitos y limitaciones.

Si bien es cierto que desde un inicio el proyecto ha tenido acérrimos detractores muchas de las críticas –construidas desde el sentido común que confunde libertad de prensa con libertad de expresión- y las acciones de gobiernos como el de los Estados Unidos –quien días antes, en su congreso, propuso crear un fondo para llevar información libre al pueblo de Venezuela- son descalificadas formalmente por no proceder en sus planteamientos críticos.

Desde el Norte se ha visto la más recia oposición a la iniciativa venezolana, principalmente en los Estados Unidos, donde el Congreso de este país aprobó una enmienda que permite transmisiones de radio y televisión dirigidas a Venezuela con información “precisa y objetiva” para contrarrestar el antiamericanismo de Telesur. Cuestión que por absolutamente absurda ha caído por su propio peso, pues días después el mismo embajador norteamericano en Caracas, William Brownfield, aseguró que los Estados Unidos no interferirán las transmisiones del canal latinoamericano como se había planteado.

Se pueden revisar las notas dedicadas a la fundación de la televisora, sobre todo de aquellas que fueron emitidas en los días previos al 24 de julio del 2005. La falsa dicotomía entre medios que garantizan la libertad de expresión y aquellos que solo tienen una función propagandística parecía ser lo central del debate en torno a la creación de Telesur. CNN, por ejemplo, hablaba de la televisora del chavismo y se refería a ella como un paso hacia un sistema totalitario de comunicación, Fox News desde una visión liberal garantizaba a sus espectadores que no era Telesur una propuesta que ayudara a la consolidación de la democracia en la América Latina por el simple hecho de ser estatal.

Las críticas hechas por diferentes medios transnacionales a la propuesta de Telesur no hacen más que circunscribir el problema de los medios de comunicación -en el proceso actual de reformas políticas- al tema de los contenidos. Con esta estrategia se salva el modelo comunicacional y la cuestión se presenta, falsamente, como una relación de opuestos políticos.

De esta manera existirían medios totalitarios siempre que sean los portavoces del gobierno y medios democráticos cuando la gestión esté puesta al alcance de la libre concurrencia. Esta es claramente una determinación imposible de superar desde una comprensión de los medios de comunicación basada en la identificación del medio con el mensaje. En el momento en que el medio de comunicación, con todo su andamiaje institucional, se identifica con los contenidos del mensaje es muy fácil pensar en diferenciaciones entre Fox News y CNN. De esta manera la primera sería diferente a la segunda por el tipo de contenidos que transmite, por la interpretación –que dentro del medio es solo la presentación de “los hechos”- de lo ocurrido.

Sobre este desliz teórico, desliz que parecen compartir los directivos de Telesur, se sustenta toda la idea de diversidad de contenidos. Para este planteamiento existen tantos medios de comunicación como contenidos se encuentren. La imposibilidad de esta afirmación radica en la depreciación del papel de la tecnología en la configuración de los mensajes y la

cultura tecnológica que esta porta, constriñendo la práctica comunicativa al uso que tradicionalmente se hace de ella.

Por otra parte en el espacio latinoamericano las críticas al proyecto han estado presentes desde el inicio de transmisiones. Por tomar algunos ejemplos la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) se encontraba “preocupada” por la constitución de la señal de Telesur con capitales de dos países a los que se califican como “enemigos de la libertad de expresión” (Venezuela y Cuba).

Otras naciones han enfrentado serias críticas -internas y externas- sobre su intención de incorporación y apoyo a la multiestatal. La inversión de Uruguay en las acciones del canal, formalizada por el presidente de centro-izquierda Tabaré Vázquez, ha estado en el ojo del huracán luego de que la oposición en este país denunciara que la asignación monetaria nunca fue aprobada por el Congreso uruguayo. Asimismo, el presidente argentino Néstor Kirchner ha sido objeto de una corriente de opinión contraria a la participación de Argentina en Telesur, a lo que se le ha aunado el escándalo nacional que generó un Decreto que renovó las licencias de radio y televisión a medios privados por 10 años.

Entre tanto, el otro aliado político de Venezuela, Brasil, se ha visto temeroso a incorporarse a tan ambicioso proyecto multiestatal, especialmente debido a sus propios planes en materia comunicacional. TV Brasil Internacional, como se llama el nuevo medio que inauguró el presidente Lula da Silva, apunta a conquistar la audiencia de Sudamérica con propósitos muy parecidos a los del proyecto venezolano.

Sin embargo, altos representantes del gobierno brasileño han explicado que TV Brasil no competirá con Telesur, pues ambos medios podrán colaborar en el futuro. Lo que sí se puede vislumbrar es que mientras Brasil adelanta esta propuesta suramericana, difícilmente invertirá esfuerzos en la consolidación del proyecto de sus hermanos políticos, y especialmente luego del sinfín de problemas y escándalos internos que ha tuvo que enfrentar el presidente del gobierno de ese país.

Bien mirada Telesur es una televisora muy similar a cualquier televisora estatal-pública. Financiada por el estado venezolano con un 41% de las acciones<sup>4</sup> pretende convertirse en instrumento de integración de la región. El marco de su creación corresponde a los acuerdos del ALBA aun cuando dentro de los documentos revisados relacionados con la firma de los tratados no aparece acápite alguno sobre la fundación de la televisora.

La idea de una televisora multiestatal que amplíe el horizonte de la comunicación de los pueblos del sur no es patrimonio del gobierno venezolano. Una intención similar –aun cuando Aram Aharonian afirme que estas “diferían bastante”- se puede encontrar en las intenciones, por ejemplo, del cineasta Pino Solanas. Así mismo desde los años setenta el presidente Nyerere había propuesto la creación de una televisora para los países del tercer mundo capaz de contrarrestar la incidencia del flujo informativo de los grandes medios de comunicación sobre la región. (<http://www.espectador.com>)

---

<sup>4</sup> Los accionistas son Venezuela 41%, Argentina 20%, Cuba 19%, Bolivia 5%, Ecuador –el de más reciente entrada- 5%.

## Los usuarios de Telesur

Para comprender el problema que se le plantea al proyecto comunicacional de la televisora regional es necesario dilucidar el tipo de teleaudiencia a la que aspira y clarificar la participación de los gobiernos en el canal. La relevancia de este asunto está indicada, pobremente, por la capacidad de darnos un margen de datos referidos a la incidencia de la televisora en los grupos humanos sobre los que actúa y por tanto nos podría ofrecer una idea del volumen de participación en la recepción de cierta pluralidad de actores, al menos desde lo estatal-nacional.

Los países con partidas accionarias en Telesur. Estos países son: Argentina (20 %), Uruguay (10%), Cuba (19%), Bolivia (5%), Ecuador (5%) y Venezuela (41%). La señal de Telesur en ellos es reproducida por los canales estatales y en muchos casos su incidencia es baja.

En Cuba, por ejemplo, la señal de Telesur no aparece en vivo, y la programación se compone de una selección de materiales de corte informativo extraídos de los noticiosos de la televisora y revistas culturales. Los noticiarios pueden tener entre 12 y 48 horas de atraso. Se transmite por un canal de poca teleaudiencia –Canal Educativo 2- en un espacio entre las 8:45 a las 9:30 de la noche, quizás el de más alta teleaudiencia. Así Cuba estaría utilizando como promedio entre 45 minutos y 2 horas del total de 8 horas de programación de la cadena sureña. Esta contradicción entre la partida accionaria de Cuba (19%), el discurso político de la integración y el poco uso de la herramienta Telesur dentro de los límites por ella misma impuestos hacen de la isla caribeña uno de los países con más dificultades en la implementación del proyecto.

En Argentina la televisora se replica en su totalidad, esto es sus ocho horas de programación. Telesur sale al aire desde las 24:30 y las 04:00 de la mañana por Canal 7 en todo el país, entre las 06:00 de la mañana y las 10:00 por el Canal de la Ciudad con sede en Buenos Aires. La estrategia de transmisión es bastante poco efectiva si tenemos en cuenta que los horarios de la televisora son de muy bajo rating y que solo mantiene la transmisión a todo el país por tres horas y media entre las 20.30 y las 4:00 dejando el grueso de su programación dentro de la ciudad donde existe mayor control de la teleaudiencia por parte de los grupos mediáticos.

## La construcción del mensaje

La oferta de contenidos de la cadena se centra principalmente en la información nacional, continental e internacional -tiene corresponsales fijos en nueve países y un gran número de colaboradores en otras áreas del mundo- con programas como Latinoamérica a fondo, *Siete días, 25 minutos, Controversia y opinión, Mesa redonda* -ambos de debate-, *Agenda del Sur: La revista, Realidades, Telesur Noticias y Desde cualquier rincón de Latinoamérica*. Su señal sale al aire durante 24 horas por vía satélite y se puede ver ya en Europa. Según su director general Telesur defiende “una televisión que apueste más por el raciocinio del

cerebro que por las sensaciones, y por dar una información balanceada; es decir, que una noticia sea vista y tratada por voces diferentes” (El Mundo, 17 de octubre de 2006. Año: XVIII. Numero: 6150)

La relevancia del proyecto de la mano de sus fundadores radica en la existencia de una variedad e imparcialidad en la información. Un “periodismo de la contraparte” capaz de seducir por sus valores intrínsecos. Una vez que ha sido hecha esta afirmación la idea de *vamos a conocernos* se puede expresar sin antagonismos de clase ampliando nociones como progreso y voluntad común. (Aharonian, 12 de octubre 2007, Mesa Redonda Internacional: Telesur y el Nuevo Orden Comunicativo)

Por tanto no importa si el producto audiovisual de la cadena mantiene los estándares de la comunicación de masas -notas que se oscilan entre los 0.40 y 2.00 minutos con cortes rápidos entre secciones y una forma de organizar el set televisivo que repite los cánones de televisiones como Al Jazeera o CNN. La calidad de lo que transmite la televisora está sujeta a parámetros tecnológicos, profesionalismo y el broadcasting con su iluminación *notán* y su teleprompter son el espacio perfecto ha donde debemos ir a parar. Con una misma visualidad y una rutina de construcción que no dedica más de dos minutos a una idea se limita así la capacidad de articulación con redes de información y televisiones en el que la relación que establecen sus actores frente problema del conocimiento y la información se encuentra mediada por otros intereses.

Según su director este empeño significa el salto “de lo alternativo a lo masivo”. En esta afirmación se expresa el cierre del universo de posibilidades en materia de comunicación. Este cierre, cuya realidad es solo ideológica presenta dos condicionamientos para la comprensión del problema de la comunicación en las etapas de cambio social. (Aharonian, 2005, <http://www.latinoaldia.com>)

El primero de estos condicionamientos se encuentra expresado en la lógica técnica con la que se piensa la comunicación. Solo es posible esto, una vez que el medio ha adquirido una autonomía tal que se presenta como un poder con un lugar y contenidos propios expresados universalmente. De esta manera la ganancia siempre es para el proyecto político expresado en el medio de comunicación. Este no difiere mucho de la intensión del sistema capitalista con lo cual cualquier experiencia contestataria al sistema queda libre de existir sin subvertir las bases en las que se funda.

La segunda nos remite a la relación del medio autónomo con las experiencias de luchas en el espacio de la comunicación. Para él lo alter-nativo se refiere a una formación anterior, algo así como el subdesarrollo, o la juventud. El salto real está entonces en llegar a lo masivo, lo masivo que es la expresión de una cierta universalidad de valores que pueden ser expresados sin practicarse; con esta operación lo alternativo se vuelve un enunciado del discurso y ya se puede utilizar a contra pelo de su práctica.

Toda esta intensión de facilitar información variada y con alta relevancia para el público latinoamericano recrea en la televisora un antagonismo con las malas prácticas del periodismo y la televisión. El reconocimiento de zonas de silencio dentro de los espacios

informativos que dominan el rating latinoamericano y la alta concentración de capitales en los proveedores de servicios facilita la contra-agenda sin abandonar el espacio de la “libre concurrencia” en la que las teleaudiencias se encuentran a la espera del mejor servicio.

Entonces “no seguir una agenda similar a la de los grandes medios” se transfigura en una postura con la que el medio se salva en su totalidad y al mismo tiempo se desmarca del antagonismo por él planteado. Bien mirado, esto no difiere del discurso de los consorcios mediáticos que se consolidaron sobre las teleaudiencias a fines de los años ochenta. (Aharonian, 12 de octubre 2007, Mesa Redonda Internacional: Telesur y el Nuevo Orden Comunicativo)

En comunicación la postura que plantea un periodismo de la contraparte y una supuesta imparcialidad en la construcción del mensaje naturaliza una idea imposible. Los medios no pueden ser separados de su historia. En el caso latinoamericano esta historia está relacionada con el lugar que ocupa el continente en el sistema capitalista mundial y los mecanismos de dependencia que se han articulado en sus economías para satisfacer las necesidades de los centros hegemónicos. Una imparcialidad en la comunicación no hace más que actualizar y legitimar las prácticas de los grandes medios que controlan el espacio radioeléctrico latinoamericano.

Es por esta razón que semejante argumento se vuelve contra el proyecto garantizando que exista Telesur sin subvertir el orden comunicativo impuesto por la historia del capitalismo. Confundir la comunicación con los *mass media* y el periodismo con la imparcialidad solo conduce a un callejón sin salida en el cual toda intensión alternativa encuentra de antemano mediaciones imposibles de salvar.

### **La televisora, los movimientos y la integración**

Telesur aparece, desde su inicio vinculado a un proyecto político particular. Este resulta posterior a la crisis estructural que sufrió el continente en el cambio de siglo y está montado sobre el emergente liderazgo del gobierno venezolano en el mapa político latinoamericano. Dentro del discurso de este gobierno el ALBA resulta el contexto legal de la televisora. Sin embargo no todos los países que poseen partidas accionarias en la empresa se encuentran en los documentos firmados en el 2005 por Cuba, Venezuela y Bolivia. De hecho la entrada de los países en Telesur ha resultado más de una vez una cuestión entre presidentes antes que entre Estados.

Junto a ella convive la agenda en materia de medios de comunicación del MERCOSUR, las posiciones de la CAN y también la Minga Informativa de los Movimientos Sociales, es por esto que Telesur resulta de una preocupación compartida por el conjunto de fuerzas del continente. Es fácil encontrar la dicotomía entre ALBA y ALCA y claramente existe esta intensión desde el propio nombre del proyecto. Aún así, en Mar del Plata, en el 2006 hubo consenso, casi unánime es desacreditar al ALCA y a los TLC no tan fácil lo ha sido en lo referido al ALBA.

En el tema de las relaciones entre los movimientos sociales y la televisora, y aún más entre los primeros y el proyecto del ALBA, existe un documento extremadamente gráfico del tipo de tensiones que ha generado el impulso del gobierno venezolano con los movimientos sociales. Nos referimos a la “Declaración de los Movimientos Sociales durante su encuentro en el marco de la V Cumbre del ALBA”. Este documento de carácter propositivo que incluye casi veinte propuestas de articulación entre los movimientos y la Alternativa Bolivariana para las Américas plantea claramente en su punto número siete: la democratización de las telecomunicaciones y la informática como “herramienta estratégica para construir el poder popular” y más adelante propone la “redefinición y expansión de Telesur”. (Declaración de Tintorero, 2007, 3)

Una redefinición que implique la democratización del proyecto dando “cabida a las redes alternativas de información” dentro del proyecto de televisora revela la contradicción existente entre la idea de construir un medio de comunicación masivo y las capacidades tecnológicas y organizativas de las redes de información generadas por los movimientos sociales. Esta tensión, irresuelta hasta hoy, da cuenta también de la contracción que se opera en el proyecto de la televisora regional. La intención de lograr un “salto de lo alternativo a lo masivo” en las palabras de su director general muestra cuanta confusión existe en el proyecto. No es posible igualar comunicación alternativa y medios masivos cada uno tiene detrás una ideología particular y un modo y cultura de hacer comunicación radicalmente diferente tanto en sus presupuestos estéticos como en sus determinaciones tecnológicas.

El poco espacio que tienen los movimientos sociales en la programación del canal es el resultado de la propia práctica de comunicación generada por Telesur. Sus consecuencias son claras: poca o ninguna participación de televisoras comunitarias en la dirección y estrategia del canal, falta de espacios donde se transmitan los materiales de estas y escasa articulación entre movimientos y televisora. El empeño de redefinir y expandir el proyecto debe ser visto bajo estas limitaciones lo cual implica que una redefinición conlleva, necesariamente, un replanteamiento de la televisora con la consecuente reestructuración de su objeto social y un cambio radical en la práctica comunicativa.

## **Conclusiones**

Hemos tratado de colocar el tema de Telesur en relación a un grupo de problemas propios de las preocupaciones por el cambio social, entendido este como subversión del modo de producción. Por otra parte la necesidad de comprender la comunicación en relación al sistema capitalista coloca de antemano cualquier indagación sobre los medios de comunicación en una encrucijada teórica y epistemológica pues su pregunta fundamental radica en la búsqueda de formas realmente alternativas a la comunicación, esto es: entender que no existe alternatividad posible si esta no implica una comprensión integral del lugar y la función de los medios en el capitalismo.

En este sentido Telesur es un proyecto comunicacional que va de la mano de los acuerdos político-económicos entre los gobiernos latinoamericanos –de centro izquierda- que se encuentran estableciendo negociaciones estratégicas para hacer frente al proyecto de reordenamiento geopolítico de la dependencia liderado por Estados Unidos con su Tratado

de Libre Comercio, ALCA, hoy difícil de lograr por la emergencia de gobiernos con intensión redistributiva.

En este contexto, de emergencia política de actores y gobiernos de izquierda, el proyecto se presenta como una alternativa a la alta concentración de capitales en el contexto mediático latinoamericano, sin que esto signifique la apuesta, dentro del proyecto de integración, por una vía revolucionaria a la comunicación de masas. Convive además con similares propuestas de uso de las tecnologías de comunicación para la integración aún cuando da poco espacio a una comprensión integral del fenómeno.

No logra, por tanto, concretar respuesta a aquellas preguntas desgajadas de la comprensión del imperialismo como proceso cultural afincado en industrias que generan un tipo particular de apropiación de la cultura. La hegemonía del imperialismo actual es mucho más aguda hoy día. Esta opera en dos sentidos: como factor de poder económico ya que la producción y distribución de información se encuentra bajo la lógica de la mercancía; y como factor de poder simbólico ya que la producción en comunicación dicta necesidades, integra a clases sociales bajo un mismo paradigma e identifica valores “universales” como estrategia de control y dominación.

Telesur, opera como dispositivo de poder haciendo efectivas demandas sociales y deseos colectivos –mediante un mercado diversificado en gustos- produciendo un tipo de subjetividad mercantil que consume estilos y formas de vida fetiches, a la vez que produce un tipo de receptor-espectador pasivo de narraciones audiovisuales con las cuales se sienten identificados pero que él mismo no produce, sólo consume.

El contexto comunicativo en el que aparece el proyecto en nada contribuye a la estrategia del canal. La alta concentración de capitales en el espacio de la comunicación apunta a un monopolio férreo de los tradicionales grupos mediáticos contra el cual poco o nada logra Telesur.

Por otra parte la apuesta por la masividad ha constreñido a la televisora al aparato tradicional de la comunicación, impidiendo con esto mayores niveles de articulación con los movimientos sociales y las televisoras comunitarias. Esta contradicción limita al proyecto y vuelve nula toda aspiración de cambio en materia de comunicación, reproduce el modelo comunicacional de los grandes medios, teniendo que jugar en el mismo terreno que la lógica comercial: profesionalismo, veracidad y construcción de audiencias, y dejando en un segundo plano la crítica ideológica más radical que los medio comunitarios le han hecho históricamente a los medios masivos.

Se opera con Telesur una reformulación de la hegemonía dentro del espacio de la comunicación. Esta reformulación significa, ante todo, que no logra el proyecto encontrar una vía realmente alternativa para librar la batalla ideológica que se le presenta al proceso venezolano y a su política exterior. Por otra parte la existencia de Telesur legitima la lógica histórica de producción de la comunicación cerrando el orden de posibilidad para una comunicación diferente. Quedando dentro del estrecho marco de una televisora multiestatal quizás logre consolidar teleaudiencia pero nunca superar, en la comunicación, el viejo paradigma de los grandes medios.

## **Bibliografía:**

-Boron, Atilio 2007 “La experiencia de la “centroizquierda” en la argentina de hoy” *Casa de las Américas* (La Habana) N. 246

-Burch, Sally 2007 “Comunicación: puntos de agenda” *América Latina en Movimiento*. (Quito) N. 426

-Cadiz, María Celeste 2005 *Communication for empowerment. The practice of participatory communications in development*. Hemer, Oscar y Tufte, Thomas (eds.) *Media and glocal change. Rethinking communication for development*. (Buenos Aires: CLACSO)

-Eekhout, Blanca 2007 “Comunicación y democracia participativa” *América Latina en Movimiento*. (Quito) N. 426

-García Canclini, Néstor 1981 *Las culturas populares en el capitalismo*. (Ciudad de La Habana: Ediciones Casa de Las Américas)

-Hernández, Gustavo 2000 *Diagnóstico de la Televisión en Venezuela* (Caracas: Ininco)

-Klapper, Joseph T 1972 “Los medios de comunicación colectiva y la persuasión” *Referencias* (Ciudad de La Habana) 1

-Kohan, Nestor 2005 *Fetichismo y hegemonía en tiempos de rebelión*. (Ciudad de La Habana: Editorial de Ciencias Sociales)

-Korol, Claudia 2007 “La pedagogía popular de la comunicación” *América Latina en Movimiento*. (Quito) N. 426

-Marcuse, Herbert 1968 *El hombre unidimensional*. (La Habana: Instituto Cubano del Libro, Colección Polémica)

-Martin Barbero, J 1989 *Procesos de comunicación y matrices de cultura; itinerario para salir de la razón dualista*. México, ediciones G.Gili, FELAFACS

- Martínez Heredia, Fernando 2000 *Nacionalizando la nación. Reformulación de la hegemonía en la segunda república cubana*. Ana Vera Estrada (comp.) *Pensamiento y tradiciones populares: estudios de identidad cultural cubana y latinoamericana*. (Ciudad de La Habana: CIDCC Juan Marinello).



- Martínez Heredia, Fernando 2006 “Medios, cultura dominación y resistencia” *Cine Cubano* (Ciudad de La Habana) N. 160-161
- Marx, Karl 1970 *Fundamentos de la crítica de la economía política*. (La Habana: Editorial de Ciencias Sociales)
- Matterlart, Armand 1971 “Por un medio de comunicación de masas no mitológico” *Pensamiento Crítico* (La Habana) N. 48
- Matterlart, Armand 1973 “La industria cultural no es una industria ligera” *Casa de las Américas* (La Habana) N. 77
- Matterlart, Armand (et al) *Revolución socialista y comunicación masiva*. Ediciones Rocinante, Fundación Latinoamericana de Investigación y Formación Social.
- McLuhan, Marshall 2001 *Understanding media: the extensions of man*. (Massachusetts: MIT Press)
- Morris, Nancy 2005 *The diffusion and participatory models: a comparative analysis*. Hemer, Oscar y Tufte, Thomas (eds.) *Media and glocal change. Rethinking communication for development*. (Buenos Aires: CLACSO)
- Lazarsfeld, Paul F. y Robert K Merton 1972 Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. *Referencias* (Ciudad de La Habana) 1
- Sader, Emir 2007 “¿Qué es una prensa pública?” *América Latina en Movimiento*. (Quito) N. 426
- Scott, James 2000 *Los dominados y el arte de la resistencia*. (México ERA.)
- Servaes, Jan y Malikhao, Patchanee 2005 *Participatory communication: The new paradigm?* Hemer, Oscar y Tufte, Thomas (eds.) *Media and glocal change. Rethinking communication for development*. (Buenos Aires: CLACSO)
- Williams, Raymond 1971 *Los medios de comunicación social*. (Barcelona: Ediciones Península)
- Williams, Raymond 2004 *Cultura*. Basail, Alain y Alvarez Duran, Daniel (comps.) (Ciudad de La Habana: Editorial Félix Varela)
- Williams, Raymond 2004 *Hegemonía*. Basail, Alain y Alvarez Duran, Daniel (comps.) (Ciudad de La Habana: Editorial Félix Varela)
- Williams, Raymond 2005 *Means of communication as means of production* Verso (comp.) *Culture and materialism*. (New York: Verso)

-Wright Mills, C 1970 *La sociedad de masas*. Monte Avila Editores (ed.) *La soledad del hombre*. (Caracas: Monte Avila Editores)

-Zibechi, Raúl 2007 “Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación” *América Latina en Movimiento*. (Quito) N. 426

### **Documentos:**

- Declaración de los Movimientos Sociales durante su encuentro en el marco de la V Cumbre del ALBA. 2007 (AlterPresse)

- Declaración conjunta de los presidentes de la República Bolivariana de Venezuela, del gobierno del Reino de España, de la República Federativa del Brasil y de la República de Colombia. 2005 (ALBA)

- Declaración final de la primera reunión Cuba-Venezuela para la aplicación de la Alternativa Bolivariana para Las Américas. 2005 (ALBA)

-Human Development Report 1999 (New York: PNUD)

Human Development Report 2002 *Deepening democracy in a fragmented world* (New York: PNUD)

-McBride, Sean 1980 *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*. (New York: UNESCO)

### **Videos:**

-Colección Videoteca Contracorriente 2005 *Entrevista de Reynaldo González a Armand Mattelart*. (C. de La Habana: ICAIC)

Mesa Redonda Internacional

-Programa de Comunicación Audiovisual 2005 *Medios y Sociedad en Movimiento: ViVe TV* (B. Aires: CLACSO)

- Programa de Comunicación Audiovisual 2005 *Movimiento Indígena Ecuatoriano: lutas locais, resistências globais*. (B. Aires: CLACSO)